

---

# РЕГИОНАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

---

## REGIONAL JOURNALISM IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE

---

УДК 070.23

### ТЭМАТЫЧНЫЯ ПРЫЯРЫТЭТЫ РАЁННАГА ДРУКУ ВА ЁМОВАХ ТРАНСФАРМАЦЫІ СУЧАСНАЙ МЕДЫЯПРАСТОРЫ

А. І. КУНАХАВЕЦ-ПЛЯВАКА<sup>1\*</sup>

<sup>1\*</sup>Інстытут журналістыкі БДУ,  
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Беларусь

Даследуецца інфармацыйны патэнцыял сучаснай мясцовай прэсы з улікам трансфармацыі сацыяльнай рэальнасці і станаўлення сучаснай медыяпрасторы. Аналізуюцца асаблівасці асвятлення на старонках раённага друку пытанняў сацыяльнага, культурнага, палітычнага і эканамічнага жыцця рэгіёна. Прадстаўлены вынікі кантэнт-аналітычнага даследавання тэматычнай і жанравай дыферэнцыяцыі зместу раённых газет Брэсцкай вобласці. Абгрунтоўваецца тэзіс аб тым, што ў стратэгічнай перспектыве друкаваныя версіі газет змогуць канкураваць на рынку медыяпрасторы толькі дзякуючы зместу, прычым для эфектыўнага функцыянавання выданняў рэдакцыі мясцовых СМІ павінны ўлічваць спецыфіку ўсіх кампанентаў асяроддзя распаўсюджвання: эканамічную, сацыяльную структуру рэгіёна, навукова-культурны патэнцыял мясцовай супольнасці, яго палітычны стан, а таксама асноўныя характарыстыкі інфармацыйнага рынку. Увага акцэнтуюцца на тым, што са змяненнем медыяіндустрыі СМІ становяцца моцным сектарам сучаснага бізнесу, аднак у барацьбе за камерцыйную выгаду яны рызыкуюць страціць сваю аўдыторыю. Падкрэсліваецца, што толькі запатрабаваны чытачом інфармацыйны прадукт павышае эфектыўнасць эканамічнай дзейнасці рэдакцыі.

**Ключавыя словы:** СМІ; медыяпрастора; мясцовы друк; раённая газета; чытацкая аўдыторыя; інфармацыя; інфармацыйныя тэхналогіі; кантэнт; тэматычная дыферэнцыяцыя; жанравая палітра выдання.

---

#### Образец цитирования:

Кунахавец-Плявака А. І. Тематические приоритеты районного друкa в условиях трансформации современной медиапросторы // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. № 2. С. 33–39.

#### For citation:

Kunakhavets-Pliavaka A. I. Thematic priorities of regional press in terms of transformation of modern media space. *J. Belarus. State Univ. Journalism. Pedagog.* 2017. No. 2. P. 33–39 (in Belarus.).

---

#### Автор:

**Елена Ивановна Кунаховец-Плевако** – аспирантка кафедры периодической печати. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент А. К. Свороб.

#### Author:

**Alena I. Kunakhavets-Pliavaka**, postgraduate student at the department of print media periodical press.  
[elena\\_kunahovec@mail.ru](mailto:elena_kunahovec@mail.ru)

## ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЙОННОЙ ПЕЧАТИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА

Е. И. КУНАХОВЕЦ-ПЛЕВАКО<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Институт журналистики БГУ,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь

Исследуется информационный потенциал современной местной прессы с учетом трансформации социальной реальности и становления современного медиапространства. Анализируются особенности освещения на страницах районной печати вопросов социальной, культурной, политической и экономической жизни региона. Представлены результаты контент-аналитического исследования тематической и жанровой дифференциации содержания районных газет Брестской области. Обосновывается тезис о том, что в стратегической перспективе печатные версии газет смогут конкурировать на рынке медиауслуг только благодаря содержанию, причем для эффективного функционирования изданий редакции местных СМИ должны учитывать специфику всех компонентов среды распространения: экономическую, социальную структуру региона, научно-культурный потенциал местного сообщества, его политическое состояние, а также основные характеристики информационного рынка. Внимание акцентируется на том, что с изменением медиаиндустрии СМИ становятся сильным сектором современного бизнеса, однако в погоне за коммерческой выгодой они рискуют потерять свою аудиторию. Подчеркивается, что только востребованный читателем информационный продукт повышает эффективность экономической деятельности редакции.

**Ключевые слова:** СМИ; медиапространство; местная печать; районная газета; читательская аудитория; информация; информационные технологии; контент; тематическая дифференциация; жанровая палитра издания.

## THEMATIC PRIORITIES OF REGIONAL PRESS IN TERMS OF TRANSFORMATION OF MODERN MEDIA SPACE

A. I. KUNAKHAVETS-PLIAVAKA<sup>a</sup>

<sup>a</sup>The Institute of Journalism, Belarusian State University,  
9 Kal'varyjskaja Street, Minsk 220004, Belarus

Information potential of contemporary local press in transformation conditions social reality and the emergence of modern media space is explored in this article. Coverage features in the pages of of the district press issues of social, cultural, political and economic life of the region are analyzed. The author presents the results of a content analytical study theme and genre of content differentiation of regional newspapers of Brest region. The idea that in the long term print versions of the newspapers will be able to compete in the media services market only in the content is justified. At that edition of the local media should take into account the specificity of all the components of the propagation environment: the economic, the social structure of the region, scientific and cultural potential of the local community, its political condition, as well as the main characteristics of the information market for the efficient functioning of their publications. Attention is focused on the fact that the media have become more powerful sector of modern business with a change in the media industry, but may lose a very important – its audience – in pursuit of commercial gain. Only an information product that is in demand the reader, increases the efficiency of business of publications.

**Key words:** media; media space; the local press; local newspaper; readership; information; information technology; content; thematic differentiation; genre palette of edition.

Мясцовы друк ва ўсім свеце адносіцца да шэрагу найбольш запатрабаваных сегментаў інфармацыйнай прасторы. Магчымасць аператыўнага рэагавання на праблемы, актуальныя для жыхароў таго ці іншага рэгіёна забяспечвае выданням гэтага тыпу аўтарытэт і прызнанне пастаянных чытачоў. Ва ўмовах татальнай глабалізацыі расце значэнне мясцовай, лакальнай інфармацыі, бо менавіта яна ў першую чаргу вызначае інфармацыйнае асяроддзе соцыуму, у якім існуе чалавек, таму меркаванні аб непазбежнай смерці рэгіянальных перыядычных выданняў можна лічыць далёкімі ад рэальных

зрухаў у медыясферы. Іншае пытанне заключаецца ў тым, якімі павінны стаць мясцовыя СМІ, каб цалкам адказваць запытам сучаснай аўдыторыі і грунтоўна ўмацоўваць свае пазіцыі на рынку медыяпаслуг.

Імклівае развіццё новых інфармацыйных тэхналогій пакінула свой адбітак і на функцыянаванні мясцовай прэсы. Друкаваная газета, якая выходзіць адзін-два разы на тыдзень, не можа спаборнічаць у аператыўнасці з інфармацыйнымі рэсурсамі інтэрнэту. Часта бывае, што яшчэ да выхаду нумара ў свет інфармацыя губляе сваю значнасць. У сувязі

з гэтым вельмі важна ўлічваць тэндэнцыі падзелу «сфер уплыву»: аператыўныя навіны, форумы, блогі – прэрэгатыва інтэрнэту, а аналітыка, якаясная і праблемная інфармацыя павінны публікавацца ў друкаваных версіях выданняў. Сёння гэта адзін з самых важных напрамкаў развіцця СМІ ўсяго свету. У стратэгічнай перспектыве друкаваныя версіі газет змогуць канкураваць на рынку медыяпаслуг толькі дзякуючы зместу: вярнуць чытача дапаможа якасная, аб'ектыўная і карысная інфармацыя.

Наколькі ж сучасная мясцовая прэса адпавядае патрабаванням часу і запытам сваёй аўдыторыі? Для адказу на гэта пытанне мэтазгодна звярнуцца да вынікаў кантэнт-аналізу раённых грамадска-палітычных выданняў і вызначэння тэматычнай і жанравай дыферэнцыяцыі іх зместу. Аб'ектам нашага кантэнт-аналітычнага даследавання стаў змест раённых газет Брэсцкай вобласці: «Чырвоная звязда» (Іванава), «Полесская правда» (Пінск), «Навіны Палесся» (Столін), «Раённые будні» (Пружаны), «Івацэвіцкі веснік» (Івацэвічы) і «Навіны Камянеччыны» (Камянец); прадметам – іх тэматычны профіль і яго адпаведнасць зарэгістраванаму фармату. Генеральную сукупнасць даследавання склалі ўсе нумары названых газет, што выйшлі ў свет з 1 студзеня па 31 снежня 2016 г. (выніковы аб'ём выбаркі – 44 нумары раённых выданняў).

На падставе праведзенага даследавання можна зрабіць выснову аб тым, што для рэгіянальных выданняў прыярытэтнай з'яўляецца сацыяльная праблематыка. Абсалютная большасць публікацый мясцовага друку тычыцца пытанняў функцыянавання сацыяльнай сферы рэгіёна: ад 41,2 % на старонках выдання «Івацэвіцкі веснік» да 57,7 % у газеце «Навіны Палесся». Пры гэтым у структуры дадзенай праблематыкі традыцыйна на першых пазіцыях знаходзяцца тэмы злачыннасці і правапарушэнняў – ад 8 да 18,81 %; фізічнай культуры і спорту – ад 7,45 да 14,9 %; сацыяльнага забеспячэння – ад 5,59 да 13,86 %; адукацыі і выхавання – ад 3 да 18,63 %; экалогіі – ад 2,97 да 12,42 %; сям'і і мацярыства – ад 0,99 да 10 %.

На жаль, пад уплывам тэлебачання, якое сёння здзіўляе засілле перадач, кінафільмаў і серыялаў на крымінальныя тэмы, змяніліся і чытацкія прыхільнасці жыхароў беларускай глыбінкі. Праведзеныя сацыялагічныя даследаванні сведчаць аб існаванні сусветнай тэндэнцыі: «...у патэнцыяльнай аўдыторыі СМІ ўстойлівую цікавасць выклікае “крызісная” праблематыка – войны, міжнацыянальныя і рэлігійныя канфлікты, палітычныя скандалы, экалагічныя забруджванні, беднасць, беспрацоўе, інфляцыя, злачыннасць. Гэтыя праблемы нязменна складаюць глабальны інфармацыйны парадак дня»<sup>1</sup> [1, с. 98–99]. Безумоўна, на патрабаванні сучасна-

га чытача арыентуюцца і супрацоўнікі раённых выданняў Брэстчыны. Менавіта гэтым тлумачыцца пільная ўвага рэдакцый да дзейнасці праваахоўных органаў рэгіёна. На старонках мясцовага друку пастаяннымі сталі такія рубрыкі, як «Закон і мы» і «Крымінальная хроніка» («Навіны Палесся»); «Тры-вожны тэлефон» і «У райадзеле Следчага камітэта» («Раённые будні»); «Здарэнні» і «Крымінал» («Навіны Камянеччыны»); «Тэлефон міліцыі 102» і «3 залы суда» («Івацэвіцкі веснік»); «Крым-экспрэс» і «Правапарадак» («Полесская правда»); «Навіны Следчага камітэта» і «РАУС папярэджвае» («Чырвоная звязда»). Матэрыялы гэтых рубрык, як правіла, уяўляюць сабой падборку нататак і карыстаюцца вялікай папулярнасцю ў чытача: выразныя загалоўкі, невялікія памеры публікацый, безумоўна, прыцягваюць увагу аўдыторыі. Аднак, як лічыць Т. І. Фралова, гэта тэндэнцыя мае і адваротны бок: «Крыміналізацыя бытавых і чалавечых адносін, адна з праяў сацыяльнага крызісу, стала ў прэсе крыніцай здабывання камерцыйнага прыбытку, але не прадметам аналізу і сур'ёзнай грамадскай заклапочанасці» [2, с. 92]. Намаганні СМІ ва ўмовах складаных сітуацый павінны быць накіраваны на захаванне балансу паміж негатывам і пазітывам у адлюстраванні сацыяльных пытанняў, а таксама на глыбокае вывучэнне разнастайных праяў рэчаіснасці.

У тэматычным блоку раённых газет Брэстчыны мала матэрыялаў аб дэмаграфічнай сітуацыі ў рэгіёнах, практычна адсутнічаюць публікацыі аб развіцці навукі і тэхналогій. Магчыма, у 2017 годзе, аб'яўленым у Беларусі годам навукі, на старонках мясцовага друку ўсё ж з'явіцца пастаянныя рубрыкі, якія будуць знаёміць чытачоў з найлепшымі дасягненнямі айчынных навукоўцаў і перспектывамі развіцця новых тэхналогій. СМІ, асабліва ў рэгіёнах, павінны садзейнічаць асвеце грамадства і клапаціцца аб тым, каб людзі мелі аб'ектыўнае ўяўленне аб навакольным свеце, надзённых навуковых праблемах і не падвяргаліся ўплыву ўсялякіх міфаў і правакацый. У гэтым, на наш погляд, і заключаецца сутнасць асветніцкай функцыі медыя, якая мае надзвычай вялікае значэнне.

Эканамічная праблематыка займае на старонках раённых газет ад 9,68 («Навіны Палесся») да 20,7 % («Навіны Камянеччыны»). Пры гэтым прыярытэтнасць тэматыкі ў эканамічнай сферы дыферэнцыравалася наступным чынам: пытанні развіцця сельскай гаспадаркі – ад 24,6 да 68 %; транспарту – ад 7,69 да 15,9 %; гандлю і сфер паслуг – ад 4 да 15,38 %; камунальнай гаспадаркі – ад 4 да 13,63 %; будаўніцтва – 2,63 да 12,9 %; прамысловасці – ад 2,63 да 9,67 %; банкаўскай сістэмы – ад 2,63 да 7,6 %; агульныя пытанні эканамічнага развіцця раёна – ад 3,8 да 6,81 %.

<sup>1</sup>Тут і далей пераклад наш. – А. К.-П.

Брэстчына – рэгіён сельскагаспадарчага значэння. Паўднёва-заходняя вобласць нашай рэспублікі спецыялізуецца на вытворчасці малака, мяса, збожжа, цукровых буракоў, рапсу, таму, безумоўна, матэрыялаў, прысвечаных развіццю сельскай гаспадаркі, на старонках раённых газет даволі шмат. Аднак, на наш погляд, супрацоўнікі мясцовых СМІ недастаткова поўна адлюстроўваюць інфармацыю аб такіх важных сферах развіцця эканомікі, як прамысловасць, будаўніцтва, прыватнае прадпрыемства, і не толькі ў маштабе канкрэтнага рэгіёна, а і ў цэлым у рэспубліцы. Тлумачыцца гэта тым, што доля названых галін гаспадаркі ў агульнай вытворчасці раёнаў невялікая, але гэта не азначае, што падобныя пытанні павінны заставацца па-за ўвагай мясцовых журналістаў.

Вядома, кожнае выданне па-свойму вызначае тэматычныя прырытэты: залежаць яны ў першую чаргу ад асаблівасцей развіцця таго ці іншага рэгіёна. Так, на старонках іванаўскай раённай газеты тэме сельскай гаспадаркі прысвечана абсалютная большасць публікацый (68 %), аднак у прааналізаваны перыяд не з'явілася ніводнага матэрыялу аб функцыянаванні транспартнай і банкаўскай сістэм. Праблемы камунальнай гаспадаркі і банкаўскай сферы засталіся па-за ўвагай супрацоўнікаў выдання «Полесская правда». Журналісты сталінскай газеты не асвятлялі тэму будаўніцтва, камянецкай і івацэвіцкай газет – пытанні прамысловасці.

Яшчэ больш вузкая на старонках мясцовага друку прадстаўлена палітычная тэматыка – ад 1,9 («Навіны Камянеччыны») да 6,9 % («Івацэвіцкі веснік»). Пры гэтым большасць адпаведных публікацый рэгіянальных СМІ (ад 33,33 да 83,3 %) арыентуюцца на апісанне электаральных працэсаў: у 2016 г. увага рэдакцый была сканцэнтравана на асвятленні падзей, звязаных з выбарамі дэпутатаў у Палату прадстаўнікоў Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь. У газетах, акрамя матэрыялаў уласных карэспандэнтаў, аператыўна размяшчалася афіцыйная інфармацыя: паведамленні Цэнтрвыбаркама, стужкі навін інфармацыйных агенцтваў, матэрыялы медыяпакета БелТА «Тэма тыдня», рашэнні райвыканкамаў і г. д. На старонках мясцовых выданняў з'явіліся новыя рубрыкі: «Выбары-2016», «Парламенцкія выбары – 2016», «Акцэнт», «Насустрэч выбарам», «Навіны выбарчай кампаніі» і інш.

У правядзенні выбарчай кампаніі дэлегатаў V Усебеларускага народнага сходу, дэпутатаў Палаты прадстаўнікоў Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь актыўна ўдзельнічалі журналісты газет «Навіны Палесся» і «Івацэвіцкі веснік». Адпаведныя матэрыялы публікаваліся пад рубрыкамі «Слова дэпутату», «Сталіншчына зрабіла свой выбар», «Сталіншчына: крок за крокам», «Выбіраем буду-

чыню», «Перад падзеяй», «Дзяржаўны клопат», «Чаму я іду на выбары» і інш. Імкнучыся шырока ахапіць важную для краіны тэму, рэдакцыя пружанскай газеты таксама адкрыла спецыяльныя рубрыкі: «Пытанні і прапановы дэлегату», «Слова – дэлегатам», «За радком Праграмы развіцця». А вось выданне «Чырвоная звязда» зрабіла акцэнт на рэтраспектыве дасягненняў у развіцці народнай гаспадаркі за перыяд беларускай незалежнасці: праект «25 гадоў без Савецкага Саюза» стартаваў якраз падчас разгортвання агітацыйнай кампаніі па выбарах дэпутатаў у Палату прадстаўнікоў Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь. Героямі публікацый былі вядомыя людзі рэгіёна, якім давялося стаць сведкамі падзей, звязаных з набыццём нашай рэспублікай суверэнітэту. Сваімі меркаваннямі на старонках выдання дзяліліся прадстаўнікі розных сацыяльных груп насельніцтва: былы ваенны, прадпрыемствік, старшыня райвыканкама, работнікі сфер культуры і адукацыі і іншыя асобы.

Цэнтральнай тэмай раённых газет па-ранейшаму застаецца асвятленне работы мясцовых органаў улады. Такое становішча тлумачыцца эканамічнай залежнасцю рэдакцый ад заснавальнікаў, у ролі якіх традыцыйна выступаюць раёныя выканаўчыя камітэты і раёныя Саветы дэпутатаў. Унутраны канфармізм і негатыўнасць (часта нават нежаданне) рэдактараў выходзіць за рамкі існуючай палітыка-эканамічнай залежнасці ад уладных структур негатыўна адбіваецца на аўтарытэце саміх газет. Пры такім падыходзе фінансавыя праблемы рэдакцыі часткова вырашаюцца, аднак разам з імі ўзнікаюць іншыя, больш важныя цяжкасці, звязаныя з адміністрацыйным кантролем, што вядзе да страты змястоўнасці газеты, абмежавання і самаабмежавання журналісцкай дзейнасці. Вядома, усё гэта ў цэлым істотна зніжае якасць выданняў. Сучасныя раёныя СМІ нярэдка балансуюць паміж попытам з боку мясцовага насельніцтва і пазіцыяй заснавальніка, аднак гэта таксама негатыўна адбіваецца на развіцці медыяіндустрыі рэгіёна. Для фарміравання іміджу сур'ёзнага грамадска-палітычнага выдання неабходна замяніць афіцыйз якаснай інфармацыяй і аналітычнымі публікацыямі, у якіх не аднабакова, а цалкам аб'ектыўна ацэньвалася б усё, што адбываецца навокал.

Мінулы год для нашай краіны прайшоў пад знакам культуры, таму, вядома, гэтай тэме супрацоўнікі мясцовага друку надавалі асаблівую ўвагу. Ад 4,89 % публікацый на старонках івацэвіцкай газеты да 12,6 % матэрыялаў у пружанскай тычацца гэтай праблематыкі (для параўнання: у 2015 г. аналагічныя паказчыкі вар'іраваліся ад 0,43 да 10,44 %). Як правіла, у большасці матэрыялаў закраналіся пытанні веры і рэлігіі – ад 10,34 да 46,42 %, а таксама раскрываліся асаблівасці народных трады-

ций і творчасці таго ці іншага рэгіёна – ад 7,14 да 35 %. Акрамя таго, журналісты мясцовых газет звярталіся да літаратурнай тэматыкі – ад 8,33 да 20,68 %; музычнай – ад 4,76 да 14,28 % матэрыялаў. Ад 3,44 да 10 % публікацый тычацца праблем мовы і маўлення. Калі-нікалі на старонках раённых выданняў з’яўляліся матэрыялы пра дзейнасць мясцовых тэатраў, работу музеяў і архітэктурную спадчыну рэгіёна.

Тое, што 2016 год быў абвешчаны годам культуры, дало значны штуршок для журналісцкай творчасці рэдакцыі газеты «Полесская правда». На старонках выдання з’явіліся серыі публікацый пад рубрыкамі «Год культуры», «Традыцыі», «Спадчына», «Сола на пуантах», «Закаханы ў музыку», «Дзівоснае святло паэзіі», «Маэстра іграе Шапэна», «За ўражаннямі – у музей», «Паэзія душы, каханя і ўспамінаў»... Узрасла колькасць матэрыялаў рознага аб’ёму – ад невялікай нататкі да вялікага інтэрв’ю на тэму культуры – у пружанскай газеце: практычна ў кожным нумары выдання змяшчалася інфармацыя пра падзеі ў гэтай сферы.

Традыцыйна тэма культуры на старонках мясцовага друку прадстаўлена ў рубрыках «Кніжная навінка», «Творчасць», «Юбілеі» («Навіны Камянецчыны»); «Наша спадчына», «Духоўнасць», «З гісторыі краю», «Таленты» («Івацэвіцкі веснік»); «Святло веры», «Культурны асяродак», «Выставы», «Міжкультурны дыялог» («Навіны Палесся»); «Творчыя сустрэчы», «Тварам да веры», «Мовай танца», «Аб чым маўчаць помнікі», «Арбіты культуры» («Раённыя будні»); «Парнас», «Факт з гісторыі», «Традыцыі», «Рэха свята» («Полесская правда»); «Неад’емнае», «Культурная спадчына», «Памяць» («Чырвоная звязда»). Больш за тое, амаль у кожнай раённай газеце Брэстчыны ёсць свае літаратурныя і рэлігійныя старонкі, дзе заўсёды знаходзіцца месца для творчасці і духоўнасці: «Ясельда» і «Ператварэнне» («Чырвоная звязда»), «Літаратурная старонка» і «Праваслаўнае слова» («Навіны Камянецчыны»), «Арбіта» і «Дабравест» («Полесская правда»), «Плынь» і «Святло духоўнасці і веры» («Сельская праўда»), «Узлёт» («Івацэвіцкі веснік»), «Ліра» («Навіны Палесся»), «Світанак» («Драгічынскі веснік»), «Над рэчанькай Рытай» («Голас часу») і г. д.

Аднак, нягледзячы на такую шматлікасць і разнастайнасць рубрык і тэматычных старонак, асвятленне культурнай праблематыкі ў мясцовай прэсе Брэсцкай вобласці носіць усё ж спарадычны характар. Інфармацыйнай нагодай для з’яўлення падобных публікацый звычайна выступаюць канкрэтныя падзеі: юбілеі гістарычных асоб або сучаснікаў, правядзенне фестываляў і конкурсаў, арганізацыя выстаў выяўленчага мастацтва, тэатральныя прэм’еры і кінапрэм’еры, перамогі землякоў у рэспубліканскіх і міжнародных конкурсах і г. д. Часцей за ўсё журналісты абмяжоўваюцца паве-

дамленнямі аб факце правядзення мерапрыемства, яго ўдзельніках і арганізатарах.

На жаль, тэндэнцыі перавагі інфармацыйных жанраў у сучаснай журналістыцы, адыход ад аналітыкі і тым больш мастацкай публіцыстыкі сёння праяўляюцца і ў раённых газетах. На старонках мясцовых выданняў пераважаюць кароткія і дэталізаваныя нататкі (ад 51,7 % у газеце «Навіны Палесся» да 70,1 % у выданні «Раённыя будні»); справаздачы аб мерапрыемствах, якія праводзяцца ўладнымі структурамі горада і раёна (ад 1,5 % у газеце «Навіны Камянецчыны» да 9,24 % на старонках выдання «Івацэвіцкі веснік»); замалёўкі аб працаўніках вёскі, лепшых прадстаўніках сваёй прафесіі і проста неардынарных і таленавітых людзях раёна (ад 2,7 % у камянецкай да 8,5 % у столінскай газеце); інтэрв’ю з кіраўнікамі рэгіёна, мясцовай элітай (ад 0,7 % на старонках выдання «Полесская правда» да 8,46 % у газеце «Навіны Камянецчыны»).

Асаблівай папулярнасцю ў журналістаў камянецкай газеты карыстаецца інфармацыйны жанр «пытанне – адказ», які ў свой час узялі на ўзбраенне журналісты выдання «Аргументы и факты». Супрацоўнікі мясцовага штотыднёвіка адвялі матэрыялам дадзенага тыпу цэлую паласу: «Менавіта гэтыя тэксты ў найбольшай ступені адпавядалі інфармацыйным чаканням аўдыторыі. Будучы кароткімі па форме, яны ў той жа час былі больш выйгрышнымі, чым інфармацыйныя матэрыялы іншых жанраў. Выйгрышнасць гэта заключаецца ў іх “зацыкленасці” на тых праблемах, што больш за ўсё займаюць увагу найбольш актыўнай часткі аўдыторыі, якая не шкадуе сваіх сіл, каб звярнуцца ў рэдакцыю, атрымаць неабходную актуальную <...> інфармацыю» [3]. Як паказвае практыка, форму пытанняў і адказаў журналісты выкарыстоўваюць не толькі тады, калі іх падштурхоўваюць да гэтага чытачы. Часам да яе звяртаюцца, каб апублікаваць пэўнае паведамленне, арганізаваўшы такім чынам інфармацыйную нагоду. Аднак і такі прыём патрабуе ад супрацоўнікаў рэдакцыі прафесійнасці: адна справа, калі ў падобных матэрыялах змяшчаецца сапраўды карысная для чытачоў інфармацыя, іншая – калі гэтыя звесткі публікуюцца толькі для таго, каб запоўніць свабоднае месца на паласе.

Раённыя газеты належаць да выданняў агульнага профілю, імкнучыся як мага шырэй ахапіць сацыяльнае, культурнае, палітычнае і эканамічнае жыццё рэгіёна, таму часта матэрыялам мясцовых СМІ не хапае глыбіні і аб’ектыўнасці. Сярод аналітычных жанраў супрацоўнікі мясцовага друку аддаюць перавагу каментарыю (ад 6,2 % публікацый на старонках газеты «Полесская правда» да 12,9 % у выданні «Чырвоная звязда»). Практычна зніклі з газет артыкулы, рэдка з’яўляюцца карэспандэнцыі. Калі-нікалі журналісты раённых выданняў звяртаюцца

да такіх мастацка-публіцыстычных жанраў, як жыццёвая гісторыя, эсэ, нарыс, аўтарская калонка і інш.

Ва ўсе часы значнай каштоўнасцю рэгіянальных выданняў была і застаецца паўната адлюстравання падзей, што адбываюцца ў раёне, таму большасць матэрыялаў у СМІ такога тыпу асвятляюць мясцовыя навіны (ад 56 % на старонках газеты «Навіны Камянеччыны» да 70,1 % у выданні «Навіны Палесся»). На жаль, часта гэтыя публікацыі адрознівае канцылярскі стыль, павярхоўныя выказванні, банальныя загалоўкі, якія не могуць у поўнай меры прыцягнуць чытацкую ўвагу, даць уяўленне пра тэму («Ініцыятыва – народная», «Любіць – значыць служыць», «Нет хозяина – нет порядка», «Служить Отчизне беззаветно»). Палосы звычайна перагружаны матэрыяламі, звесткамі з афіцыйных інстанцый. Для максімальнага насычэння інфармацыяй рэдакцыі газет аддаюць перавагу невялікім матэрыялам. Дарэчы, празмерная інфармацыйная раздробленасць з'яўляецца праблемай, характэрнай для многіх сучасных раённых выданняў.

Мясцовая прэса напоўнена агляднымі альбо даведачнымі матэрыяламі, значную колькасць палос займае рэклама, прычым не тэкставая: сустракаюцца нумары, дзе аб'ём рэкламных модуляў і прыватных аб'яў складае 30–40 % агульнай плошчы выдання. Безумоўна, для з'яўлення такой колькасці нежурналісцкіх публікацый існуюць і аб'ектыўныя прычыны, галоўная сярод якіх – умацаванне фінансавага становішча рэдакцый і павышэнне рэнтабельнасці выдання. Аднак трэба мець на ўвазе, што на ўзровень папулярнасці і прэстыжу рэгіянальных СМІ, даверу да іх з боку мясцовых жыхароў, а таксама на тыраж і рэнтабельнасць газеты ўплываюць розныя фактары, у тым ліку форма падачы матэрыялаў, іх жанравая разнастайнасць, арыгінальнасць аўтарскага падыходу да апрацоўкі інфармацыі і прадстаўлення яе чытачам. Адсутнасць яркіх, жывых матэрыялаў, якія закранаюць лёсы людзей, збядняе жанравую палітру газеты і тым самым зніжае яе аўтарытэт.

Вядома, са змяненнем медыяіндустрыі СМІ становяцца больш моцным сектарам сучаснага бізнесу. Рынак перш за ўсё арыентуе сваіх ігракоў на развіццё эканамічнай ініцыятывы: сёння супрацоўнікам перыядычных выданняў даводзіцца клапаціцца не толькі пра якасць публікацый, але і пра зніжэнне выдаткаў на вытворчасць, аптымальную рэалізацыю тыражу, прыцягненне рэкламадаўцаў, пашырэнне рынкаў збыту выдання і г. д. Аднак трэба памятаць, што ў барацьбе за камерцыйную выгаду нельга пагарджаць попытамі чытача, бо гэта прыводзіць да страты больш значнага і жыццёва неабходнага для любога СМІ фактара – яго аўдыторыі. Тым больш статыстыка сведчыць пра негатывную тэндэнцыю: агульны разавы тыраж дзяржаўных друкаваных СМІ Брэсцкай вобласці на 1 студзеня 2017 г. склаў 133 785 экзэмпляраў (для па-

раўнання: у мінулым годзе ён дасягнуў 139 688 экзэмпляраў). Падпісны тыраж на дзяржаўныя перыядычныя выданні вобласці ўзніўся да ўзроўню мінулага года на 96 % (117 546 экзэмпляраў). Утрымаць планку змаглі толькі пяць газет вобласці з дваццаці, прычым чатыры выданні-лідары маюць раённы маштаб – «Лунінецкія навіны» (107,2 %), «Савецкае Палессе» (102,9 %), «Сельская праўда» (100,4 %), «Чырвоная звязда» (100 %). Найбольшае падзенне тыражу назіраецца ў газет «Івацэвіцкі веснік» (91 %) і «Полесская правда» (92,1 %). Імклівае развіццё інфармацыйных тэхналогій, канкурэнцыя з боку іншых СМІ, якія функцыянуюць на тэрыторыі рэгіёна, вядома, аказваюць свой уплыў на памер чытацкай аўдыторыі мясцовага друку. Напрыклад, толькі на Піншчыне, акрамя раённага выдання, інфармацыйныя патрэбы насельніцтва задавальняюць рэгіянальныя СМІ прыватнага медыяхолдынгу «Вараг» (тэлеканал, радыё, друкаваны штотыднёвік, рэкламнае агенцтва), афіцыйная гарадская газета «Пінскі веснік» і тэлерадыёкампанія «Пінск». Безумоўна, калі ў чалавека ёсць выбар, ён аддае перавагу той крыніцы інфармацыі, якая ў большай ступені задавальняе яго патрэбы. І, як паказвае практыка, не заўсёды ў шэрагу СМІ пінчане выбіраюць менавіта друкаваную раённую газету.

На выніковай калегіі Міністэрства інфармацыі Рэспублікі Беларусь, што ладзілася ў лютым 2017 г., кіраўнік ведамства Л. Ананіч адзначыла: «У 2016 годзе замацавалася негатывная тэндэнцыя падзення падпіскі на дзяржаўную перыядыку. Захоўваючы свае вядучыя пазіцыі ў інфармацыйнай прасторы рэгіёнаў, зніжае тыражы і мясцовая прэса. Зразумела, што падзенне тыражоў – гэта агульнасусветная тэндэнцыя, але разам з тым наўрад ці трэба ўспрымаць усё гэта як належнае. Неабходна прадпрымаць эфектыўныя крокі, каб захаваць і павялічыць чытацкую аўдыторыю» [4].

Такім чынам, для прыцягнення аўдыторыі да раённых выданняў і яе захавання перад супрацоўнікамі мясцовага друку стаіць задача стварэння газеты, якая ў першую чаргу адпавядала б самым розным чытацкім інтарэсам: толькі запатрабаваны інфармацыйны прадукт здольны павысіць эфектыўнасць эканамічнай дзейнасці рэдакцыі. Раённыя газеты пазіцыянуюць сябе як мясцовыя грамадска-палітычныя выданні, аднак, на наш погляд, навіны рэгіёнаў асвятляюцца ў іх недастаткова поўна з пункта гледжання тэматычнай накіраванасці. Здзіўляе, што па-за ўвагай работнікаў мясцовага друку застаюцца вельмі важныя (не толькі ў маштабах рэгіёна, але і ў цэлым для рэспублікі) праблемы сацыяльна-эканамічнага развіцця. Падчас эканамічнага крызісу не кожны чалавек зможа дазволіць сабе выпісваць некалькі газет, таму раённыя выданні, каб не страціць аўдыторыю, павінны ў поўнай меры задавальняць патрэбы чытача. Для

эфектыўнага функцыянавання рэдакцыі мясцовых газет павінны ўлічваць спецыфіку ўсіх кампанентаў асяроддзя распаўсюджвання: эканамічную і сацыяльную структуру рэгіёна, навукова-культурны патэнцыял мясцовай супольнасці, палітычны стан раёна, а таксама асноўныя характарыстыкі інфармацыйнага рынку, які ўключае ўсіх суб'ектаў масавай камунікацыі.

На жаль, большасць раённых газет Беларусі пакуль праяўляюць нізкую актыўнасць у барацьбе за месца ў інфармацыйнай прасторы рэгіёна. Нельга не пагадзіцца з меркаваннем прафесара Т. Д. Арло-

вай, якая адзначала: «Лаяльнасць і пэўны патрыятызм у адносінах да рэгіянальных газет дазваляюць чытачам звяртацца да сваіх “родных” выданняў. Узроставае звычка чытаць з аркуша паперы, а не з экрана манітора таксама яшчэ досыць жывая, і гэтыя мадэлі паводзін, на жаль, усыпляюць рэдакцыйныя калектывы, прымушаюць іх не спяшацца з пераглядам інфармацыйных стратэгий» [5, с. 10]. Аднак трэба мець на ўвазе, што разам з газетай старэе і яе аўдыторыя, таму супрацоўнікам мясцовых СМІ неабходна заняцца мабілізацыяй маладога пакалення чытачоў.

### Бібліяграфічныя спасылкі

1. Дмитриев Е. Приоритетная проблематика региональных газет: опыт контент-аналитического исследования // Рэгіянальныя СМІ ў сучаснай інфармацыйнай прасторы : матэрыялы рэсп. навук.-практ. семінара (Мінск, 2–3 чэрв. 2011 г.) / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск, 2011. С. 93–100.
2. Фролова Т. И. Социальная проблематика // Проблематика СМІ: информационная повестка дня / под ред. М. В. Шкондина [и др.]. М., 2008. С. 98–142.
3. Тертычный А. А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс]. URL: [http://evartist.narod.ru/text2/04.htm%D0%B7\\_06](http://evartist.narod.ru/text2/04.htm%D0%B7_06) (дата обращения: 30.01.2017).
4. Ананич призвала руководителей СМІ задействовать все резервы для сохранения подписных тиражей [Электронный ресурс] // Новости Беларуси: Белорусское телеграфное агентство. URL: <http://www.belta.by/society/view/ananch-prizvala-rukovoditelej-smi-zadejstvovat-vse-rezervy-dlja-sohraneniya-podpisnyh-tirazhej-231658-2017/> (дата обращения: 10.02.2017).
5. Орлова Т. От информационной к просветительской функции в освещении культуры региональными СМІ // Рэгіянальная прэса: традыцыі, вопыт, перспектывы : матэрыялы рэсп. навук.-практ. канф. (Мінск, 2–3 чэрв. 2011 г.) / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск, 2011. С. 10–13.

### References

1. Dmitriev E. [Priority problems of regional newspapers: the experience of content-analytical research]. *Regijanal'nyja SMI w suchasнай infarmacyinai prastory* : materials of the repub. sci.-pract. semin. (Minsk, 2–3 June, 2011). Minsk, 2011. P. 93–100 (in Russ.).
2. Frolova T. I. [Social issues. The problems of mass media: the information agenda]. Moscow, 2008. P. 98–142 (in Russ.).
3. Tertychnyi A. A. [Genres of periodicals]. URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (date of access: 30.01.2017) (in Russ.).
4. [Ananich urged media leaders to use all the reserves to maintain subscription runs]. *Novosti Belarusi: Belorusskoe telegrafnoe agentstvo*. URL: <http://www.belta.by/society/view/ananch-prizvala-rukovoditelej-smi-zadejstvovat-vse-rezervy-dlja-sohraneniya-podpisnyh-tirazhej-231658-2017/> (date of access: 10.02.2017) (in Russ.).
5. Orlova T. [From information to the educational function in cultural coverage of regional media]. *Regijanal'nyja SMI w suchasнай infarmacyinai prastory* : materials of the repub. sci.-pract. semin. (Minsk, 2–3 June, 2011). Minsk, 2007. P. 10–13 (in Russ.).

Артыкул напісаны ў рэдакцыю 15.02.2016.  
Received by editorial board 15.02.2016.