

РЭГІЯНАЛЬНЫ ДРУК БЕЛАРУСІ: УЧОРА, СЁННЯ, ЗАЎТРА

Рэгіянальныя газеты – самыя масавыя выданні сучаснага друку. Да 90-х гадоў мінулага стагоддзя стан газет характарызаваўся ростам тыражоў, паляпшэннем паліграфічнай базы, тэхнічным пераўзбраеннем газет, часопісаў, выдавецтваў, радыё і тэлебачання. Узнікненне новых СМІ, аднак, не ўплывала на іх тыпалогію. Па-ранейшаму яны падзяляліся на агульнапалітычныя і спецыялізаваныя, заснавальнікамі заставаліся партыйныя камітэты розных рангаў. Цэнтральнымі, або як іх яшчэ называлі – усесаюзнымі, – былі «Правда», «Известия», «Советская Россия», «Сельская жизнь», «Советская культура», «Социалистическая индустрия» і іншыя.

Кіруючыя органы выпускалі свае газеты: ЦК ВЛКСМ – «Комсомольскую правду», ВЦСПС – «Труд». На розныя сферы былі зарыентаваны галіновыя газеты «Советская торговля», «Учительская газета», «Советский спорт», «Гудок», «Красная звезда». Існавалі рэспубліканскія, краявыя, абласныя, акруговыя, газеты аўтаномных рэспублік і абласцей, гарадскія, раённыя, шматтыражныя.

Пераход ад адзінага партыйнага суб'екта кіравання СМІ да шматсуб'ектнасці ў іх кіраванні ў гады рыначных адносін істотна пашырыў тыпалагічныя характарыстыкі прэсы. Замест аднароднага партыйнага друку, які амаль нічым не адрозніваўся ад зместу і афармлення, з'явілася прэса самага рознага кшталту з рысамі, уласцівымі СМІ рыначнага грамадства.

Друк раздзяліўся на:

- якасны, для інтэлектуальнай часткі грамадства, і масавы, які абслугоўваў астатняе насельніцтва;
- дзяржаўны, што датуецца з казны, і камерцыйны, які самастойна шукае сродкі на сваё існаванне;

– афіцыйны, які адлюстроўвае пункт гледжання ўрада, і незалежны, які выражае волю свайго выдаўца, рэдакцыйнага калектыву;

– кіруючы – рупар палітычнай эліты, і апазіцыйны, які крытыкуе існуючы рэжым і прапановуе альтэрнатыўныя праекты пабудовы грамадства;

– дзелавы, эканамічны, які абслугоўвае клас бізнесменаў і прадпрыемальнікаў, і забаўляльны;

– легітымны, зарэгістраваны ў Міністэрстве юстыцыі, і нелегітымны, які не прызнае над сабой уладных структур;

– нацыянальны, які выдаецца ў межах рэспублікі, і транснацыянальны, які выходзіць у межах блізкага і далёкага замежжа.

З’явіліся і новыя формы друкаваных выданняў: дайджэсты, часопісы, версіі вядомых заходніх часопісаў.

Змяніліся колькасныя суадносіны розных відаў выданняў. Калі пры савецкай сістэме на першым плане былі афіцыйныя газеты і часопісы, якія выходзілі велізарнымі тыражамі, то сёння іх пацяснілі навукова-папулярныя, галіновыя выданні.

Дэмаграфічныя, сацыяльныя фактары садзейнічалі фарміраванню новай структуры прэсы. У яе ўвайшла перыёдыка, прызначаная шырокаму колу чытачоў, розная па тэматыцы і адраснасці: грамадска-палітычныя выданні, выданні ўніверсальнага зместу, маладзёжныя, для дзяцей, жаночыя, рэкламна-інфармацыйныя. У структуры перыёдыкі трывала зацвердзіліся выданні:

- грамадска-палітычныя і сацыяльна-эканамічныя;
- нацыянальных груп, зямляцтваў;
- адміністрацыйных рэгіёнаў;
- рэлігійныя;
- для сям’і, адпачынку;
- для інтэлігенцыі;
- палітычных партый і аб’яднанняў;
- для беспрацоўных;
- прысвечаныя фантастыцы, містыцы, астралогіі;
- эратычныя.

Да развалу СССР у Беларусі выдавалася 193 газеты, у тым ліку 11 рэспубліканскіх, 6 абласных, 120 раённых і гарадскіх, 56 шматтыражных. На 1 студзеня 2011 года зарэгістравана 713 газет: 7 рэспубліканскіх, 9 абласных, 9 гарадскіх, 118 раённых і аб'яднаных. Разавы тыраж дзяржаўнай мясцовай прэсы склаў 925,6 тыс. экз. (на 01.01.2009 г. – 897,2 тыс экз.), колькасць падпісчыкаў перавысіла васьмісоттысячны тыраж. У цэлым па краіне агульныя разавыя тыражы ў адносінах да пачатку мінулага года змаглі захаваць і перавысіць 122 мясцовыя масава-палітычныя выданні (у 2008 г. – 89, 2009 г. – 116).

Жывымі крыніцамі інфармацыі, большасць якой грунтуецца на рэальных фактах жыцця, з'яўляюцца абласныя газеты. Самая тыражная з іх – «Гомельская праўда» (32,3 тыс. экз.). «Гродзенскую праўду» вылучае аналітычнасць, шырокая жанравая палітра, навуковы падыход, сур'ёзнае вивучэнне шматлікіх сацыяльных праблем.

Удумлівым і адказным выданнем зарэкамендавала сябе «Мінская праўда». Яна ўсебакова асвятляе жыццё вобласці і рэспублікі, інфармуе аб важных падзеях у краіне і за мяжой. На яе старонках пастаянна ўзнікаюцца праблемы эканомікі, сацыяльнай сферы, культуры, маральнага выхавання насельніцтва. Газета прапагандуе лепшыя ўзоры працы, расказвае аб перадавіках вытворчасці, праводзіць мэтанакіраваную арганізацыйна-масаваю работу. У свой час яна шэфствавала над узвядзеннем «Беларускалія», горада шахцёраў – Салігорска, Беларускага аўтамабільнага завода ў Жодзіне, саўгаса-каम्біната «Барысаўскі». На будаўніцтве Вілейска-Мінскай воднай сістэмы выдавала спецыяльны выпуск. «Мінская праўда» і сёння працягвае гэтыя традыцыі, шмат увагі надае развіццю аграпрамысловага комплексу, будаўніцтву аграгарадкоў.

Газета ўзнагароджана шматлікімі дыпламамі, граматамі самага высокага абласнога і рэспубліканскага кшталту, неаднаразова выходзіла пераможцай многіх творчых журналісцкіх конкурсаў. Але самая высокая ўзнагарода – гэта прызнанне і любоў чытача. Ёй давяраюць, з ёй дзяляцца сваімі праблемамі

і задумамі. Рубрыка «Адкрыты канверт» карыстаецца асаблівай папулярнасцю, папаўняецца актуальнымі пісьмамі з месцаў. Па крытычных выступленнях «Мінскай праўды» прынята шмат пастаноў і распараджэнняў аблвыканкама, у прыватнасці, аб пашырэнні пасеваў лекавых траў. Уладныя структуры падтрымалі акцыю газеты «Адноім славу беларускай бульбы», ухвалілі ініцыятывы, накіраваныя на добраўпарадкаванне населеных пунктаў, удасканаленне камунальных службаў вобласці і г. д.

«Мінская праўда» з'яўляецца своеасаблівым вучэбна-метадычным цэнтрам для калектываў раённых, гарадскіх і карпаратыўных газет вобласці. Ёй падрыхтавана шмат вядомых журналістаў, якія паспяхова працуюць сёння ў вядучых рэспубліканскіх выданнях.

Цікавы вопыт работы з аўтарскім актывам назапашаны ў рэдакцыях «Магілёўскай праўды» і брэсцкай «Зари», гарадской газеты «Віцёбічы». Гэтым можна патлумачыць пэўны рост падпісчыкаў і чытачоў, шматлікія дыпламы, якіх удастоены калектывы за творчыя дасягненні ў працы.

Па такім паказчыку, як суадносіны тыражу і колькасці насельніцтва рэгіёна, у лідарах газеты «Івацэвіцкі веснік», «Ляхавіцкі веснік», «Пастаўскі край», «Патрыёт» (Ушачы), «Серп і молат» (Лоеў), «Чачэрскі веснік», «Светлае жыццё» (Лельчыцы), «Астравецкая праўда», «Праца» (Зельва), «Працоўная слава» (Валожын), «Да новых перамог» (Клецк), «Крупскі веснік», «Зара над Друццю» (Бялынічы), «Голас Касцюкоўшчыны», «Родная ніва» (Клімавічы), «Веснік Чэрыкаўшчыны». У гэтых выданнях адзін экзэмпляр газеты прыходзіцца на 6 і менш жыхароў раёна.

За мінулыя гады рэдакцыямі дзяржаўных рэгіянальных газет, нягледзячы на складаныя эканамічныя ўмовы і скарачэнне фінансавання, праведзена значная работа па паляпшэнні якасці друку, павелічэнні каляровасці і палоснасці выданняў. У 2010 годзе павялічылі аб'ём: у Брэсцкай вобласці – 6, Гомельскай – 19, Гродзенскай – 19, Мінскай – 5 газет. Палепшылі

каляровасць у Віцебскай вобласці – 2, Гродзенскай – 3, Гомельскай – 21, Мінскай – 3 выданні.

3 прыбыткам закончылі год 40 раённых рэдакцый (па выніках 2000 года іх было 10, 2001 – 11, 2002 – 2003 – 21, 2004 – 19, 2005 – 17, 2006 – 18, 2007 – 24, 2008 – 28, 2009 – 38). Такому росту садзейнічала перш за ўсё паляпшэнне якасці публікацый, набліжэнне іх да патрэб падпісчыкаў, чытачоў, прыняцце новых дырэктыўных дакументаў, накіраваных на актывізацыю СМІ ў ідэалагічным, палітычным, працоўным, маральным выхаванні членаў нашага грамадства.

Шматтыражныя выданні, якія ў афіцыйнай і навуковай прэсе сёння называюць карпаратыўнымі, у параўнанні з іншымі тыпалагічнымі групамі СМІ з'яўляюцца найменш вывучанымі. Такую сітуацыю некаторыя даследчыкі журналістыкі тлумачаць з'яўленнем у апошнія дзесяцігоддзі вялікай колькасці абласных, гарадскіх, раённых газет, часопісаў, тэле- і радыёканалаў, а таксама альтэрнатыўных і прыватных выданняў рознага накірунку, шматузроўневай падначаленасцю карпаратыўных выданняў розным міністэрствам і ведамствам. А між тым шматтыражная прэса, з'яўляючыся органам адміністрацыі, прафсаюзаў і іншых грамадскіх арганізацый, мае цікавую гісторыю, адыгрывае вялікую ролю ў арганізацыі спаборніцтва ў працоўных калектывах, укараненні новай тэхнікі і тэхналогій, прапагандзе перадавога вопыту, у маральным, патрыятычным, інтэрнацыянальным выхаванні.

Першыя шматтыражкі з'явіліся ў СССР у 30-я гг. мінулага стагоддзя, у іх ліку – «Беларускі ўніверсітэт» (1923), «Советский студент» (Беларуская сельгасакадэмія, Горкі, 1929 г.), «Бумажнік» (Добрушскі цэлюлозна-папяровы камбінат) і «Сцяг індустрыялізацыі» (Віцебская швейная фабрыка, 1930). У 1932 г. у БССР выходзіла 106 фабрычна-заводскіх газет. У час Вялікай Айчыннай вайны шматтыражныя газеты не выдаваліся, іх выпуск быў адноўлены толькі ў пачатку 1950-х гадоў. Сярод іх былі «Трактар» (Мінскі трактарны завод) і «Автотомоладзец» (Мінскі аўтамабільны завод) (1947 г.).

«Наш друк пачынаецца знізу, ад сценгазет», – пісаў М. Горкі, якога А. Луначарскі называў адным з найвыдатнейшых рабкараў. Гэтыя словы можна з поўнай падставай аднесці і да карпаратыўнай прэсы, якая паклала пачатак многім буйным газетам, выхавала шмат знакамітых журналістаў, пісьменнікаў. У ліку такіх выданняў «Автозаводец», «Сельмашевец», «Салігорскі калійшчык», «Беларус – МТЗ обозрение». Гэтыя і многія іншыя газеты не ўступаюць па сваіх тыражах, якасці апублікаваных матэрыялаў многім раённым, гарадскім і нават абласным газетам. Прыкладам творчай, мэтанакіраванай работы па асвятленні шматграннага жыцця дзясяткаў прадпрыемстваў, якія ўваходзяць у склад шматтысячнага калектыву трактарабудаўнікоў Беларусі, з’яўляецца газета гэтага аб’яднання, якая прайшла шлях ад звычайнай шматтыражкі да масава-палітычнай, вытворча-практычнай газеты. Выходзіць яна два разы на тыдзень тыражом 5,5 тыс. экзэмпляраў. Асобныя выпускі, прысвечаныя важным датам у жыцці краіны, калектыву, дасягаюць тыражоў 20 – 25 тыс. экзэмпляраў. Газета неаднаразова выходзіла пераможцай шматлікіх конкурсаў, удастоена аўтарытэтнай журналісцкай узнагароды «Залатая Ліцера». Вопыт гэтага калектыву можа быць узяты на ўзбраенне журналістамі іншых карпаратыўных газет, стаць прадметам вывучэння навукоўцамі, Беларускім саюзам журналістаў.

З 8 лютага 2009 года прававую аснову дзейнасці сродкаў масавай інфармацыі вызначае Закон Рэспублікі Беларусь «Аб сродках масавай інфармацыі», распрацаваны з улікам заканадаўстваў і вопыту краін СНД, Германіі, ЗША, Вялікабрытаніі, Аўстрыі, Нарвегіі, Нідэрландаў, Швецыі, Францыі і інш. Ён забяспечвае канстытуцыйнае права грамадзян на атрыманне і распаўсюджанне інфармацыі, выключае цензуру, замацоўвае прынцыпы дзейнасці СМІ ў Беларусі. На думку першага намесніка міністра інфармацыі Рэспублікі Беларусь Л. С. Ананіч, такімі з’яўляюцца прынцыпы праўдзівасці інфармацыі; павагі законаў краіны; роўнасці правоў усіх фізічных асоб, дзяржаўных органаў, палітычных партый, іншых

грамадскіх аб'яднанняў на распаўсюджанне і атрыманне масавай інфармацыі; павага правоў і свабод чалавека; наяўнасць розных думак; развіццё нацыянальных культур; абарона маральнасці; захоўванне норм прафесійнай этыкі журналістаў і агульнапрынятых норм маралі.

Асобна разглядаюцца ў названым вышэй Законе важныя нарматыўныя прававыя акты ў інфармацыйнай сферы, якія закранаюць праблему ўдасканалення работы дзяржаўных органаў, афіцыйных грамадскіх арганізацый са сродкамі масавай інфармацыі. Новым істотным момантам з'яўляецца ўказанне аператыўна і чуйна рэагаваць на крытычныя выступленні рэгіянальнай прэсы, прыцягваць да адказнасці чыноўнікаў, якія замест гэтага шукаюць крамолу ў выступленнях газет. Замоўчванне ж негатыву ў жыцці рэгіёнаў адмоўна ўплывае на аўтарытэт выдання, не прыцягвае да газеты падпісчыка, чытача і як вынік, многія раённыя газеты нагадваюць сабой дошкі гонару, на якіх называюцца перадавікі вытворчасці, але слаба раскрываецца вопыт іх работы. Звяртае на сябе ўвагу беднасць жанравай палітры. Адрасы і тэмы для крытычных артыкулаў журналісты часта чэрпаюць з афіцыйных дакументаў райвыканкамаў, аблвыканкамаў замест таго, каб самім расказваць чыноўнікам гэтых устаноў, што хвалюе людзей, чаго чакаюць яны ад уладных структур.

У сваёй рабоце рэдакцыі некаторых мясцовых газет не абпіраюцца на шырокі аўтарскі актыў, большасць матэрыялаў рыхтуюць штатныя супрацоўнікі, якія ў кожным нумары выступаюць па некалькі разоў. Па гэтай прычыне публікацыі пазаштатных аўтараў не могуць трапіць у газету. Адсюль беднасць тэматыкі. Слаба выкарыстоўваюцца такія багатыя на тэмы крыніцы, як кнігі-хронікі «Памяць», у якіх шмат цікавага краязнаўчага, гісторыка-патрыястычнага, літаратурнага матэрыялаў.

Асобныя рэдакцыі захапляюцца выпускам спецыяльных нумароў і палос, прысвечаных прафесійным святам: Дню маці, Дню настаўніка, якім аддаюць цэлыя нумары, а пасля гэтай тэматыка знікае на доўгі час.

Паляпшэнню работы рэдакцый газет дапамаглі б агляды іх дзейнасці на старонках абласных газет, што рэгулярна друкаваліся ў савецкі час, аднаўленне работы куставых семінараў, на якія збіраліся б калектывы рэдакцый з рэгіёнаў.

Звяртаючыся да ўдзельнікаў V Беларускага міжнароднага медыяфоруму, які адбыўся ў канцы мінулага года ў Мінску, Прэзідэнт Беларусі А. Р. Лукашэнка адзначыў: «Журналістаў нездарма называюць чацвёртай уладай. Ад вашага прафесіянальнага майстэрства і таленту, а галоўнае – прынцыповасці і праўдзівасці – залежыць і развіццё цэлых дзяржаў, і дасягненне ўзаемаразумення паміж рознымі нацыямі і народамі. Ва ўмовах адкрытасці, дзякуючы інфармацыйным тэхналогіям медыйнага поля сёння, як ніколі раней, грамадствам запатрабавана стваральная роля журналістаў, іх магчымасць і здольнасць пазітыўна ўплываць на якасць жыцця сучаснага чалавека». Гэтыя словы – праграма дзейнасці для кожнага журналіста, у тым ліку супрацоўніка рэгіянальных СМІ.

Олег СЛУКА

Белорусский государственный университет

ИДЕОЛОГИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Где сеют хлеб и плавят сталь,
Там правит жизнь свой светлый бал...*

Реализация перспективной инновационной политики, определенной IV Всебелорусским народным собранием в 2010 г. на текущую пятилетку, меняет идеологию творческой деятельности белорусских СМІ. Предмет их отражения, реальная действительность, остаются прежними, т. е. территория республики, граждане государства и их насущные проблемы: культурные, производственные, семейно-бытовые, образовательные, медицинские, демографические и т. п. Но содержание СМІ посте-