

только через местную печать. Издателям следует учитывать эту особенность в деятельности региональной прессы. В силу особой специфики региональные газеты играют большую роль в развитии общественного мнения. Причем их деятельность не ограничивается начальными фазами – возникновением и формированием, а проникает в социальную среду.

Общественное мнение в данном случае выступает как симбиоз общественного, группового и индивидуального сознания. В его формировании происходит столкновение различных суждений и мнений, где личный опыт, авторитетность отдельных персон на локальном уровне имеют большое значение. Интерес читателей возрастает и подогрывается психологической мотивацией, что, в свою очередь, выступает доминантой в определении общественного мнения. Из этого следует, что региональные газеты могут прогнозировать эффективность влияния на мотивированную аудиторию и получают возможность корректировать свою деятельность.

Библиографические ссылки

1. *Капустинский Р.* Империя: искусство репортажа. Пер. с польск. М. : Логос, 2010. 320 с.
2. Frankfurter Allgemeine Zeitung. Зарубежные СМИ. [Электронный ресурс]. URL: <https://inosmi.ru/economic/20210427/249642102.html> (дата обращения: 03.05.2021).

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПОЛИТИКИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В 2021–2025 ГОДАХ

В. В. Коршук

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
v.v.korshuk@gmail.com*

В статье рассматривается роль СМИ в реализации политики регионального развития Беларуси. Автором представлены результаты контент-аналитического исследования изданий, даны рекомендации по повышению качества информирования в данном направлении в 2021–2025 гг.

Ключевые слова: СМИ; пресса; информационная стратегия; региональная политика; региональное развитие.

INFORMATION SUPPORT OF REGIONAL DEVELOPMENT POLICY IN 2021–2025

V. V. Korshuk

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: V. V. Korshuk (v.v.korshuk@gmail.com)*

The role of the press in the implementation of the regional development policy of Belarus is considered in the article. The author presents the results of a content-analytical study of publications, and gives recommendations for improving the quality of information in this direction in 2021–2025.

Key words: mass media; press; information strategy; regional policy; regional development.

В настоящее время с целью преодоления демографических и миграционных проблем руководство страны и научное сообщество ведут активную работу по формированию и реализации региональной политики, предполагающей максимальное задействование ресурсов для динамичного развития территорий, повышения уровня жизни населения.

В предыдущее пятилетие были определены центры экономического роста, которые поспособствуют ускоренному развитию прилегающих территорий, особое внимание было уделено городам-спутникам, а также районам и населенным пунктам, нуждающимся в дополнительной поддержке государства [1; 2]. Принципиальной особенностью действий правительства Республики Беларусь в области региональной политики стал «переход от поддерживающих мер, применяемых на всей территории страны, к мерам, обеспечивающим концентрацию ресурсов на ключевых направлениях, способных обеспечить максимальную отдачу и получение долгосрочных эффектов устойчивого развития регионов и республики в целом» [3].

Тема регионального развития стала одной из ключевых во время VI Всебелорусского народного собрания. В проекте Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг., который выносился на обсуждение, отмечается, что «региональная политика будет направлена на повышение привлекательности для жизни,

работы и бизнеса территорий, расположенных за пределами столицы и областных центров, продвижение сельского образа жизни» [4].

В условиях, когда формируются и реализуются новые принципы региональной политики, возрастает важность стимулирования социально-экономического развития территорий не только с помощью традиционных материальных ресурсов и управленческих мероприятий, но и посредством информационных кампаний. *Участие СМИ в реализации задач регионального развития не подразумевает формальное отображение в тематике содержания нормативно-правовых актов. Средства массовой информации могут оказать значительное содействие в выявлении экономического потенциала регионов, обсуждении перспектив их развития.*

Система средств массовой информации Республики Беларусь, представленная печатными, сетевыми изданиями, телевидением и радио, информационными агентствами, позволяет в полной мере содействовать достижению целей взаимодействия власти и общества в области регионального развития. Тем не менее среди информационных ресурсов регионального развития центральное место занимают СМИ, адресованные жителям конкретных административно-территориальных образований. Это связано с тем, что в настоящее время белорусские регионы имеют общую концепцию развития, однако исходя из административно-территориальной принадлежности, социально-экономических ресурсов имеют собственные пути повышения благосостояния, базирующиеся на развитии промышленности, сельского хозяйства, сферы торговли и услуг, расширении экспорта продуктов и услуг и его диверсификации, внедрении производственных и управленческих инноваций, активизации внешнеэкономической деятельности, стимулировании малого и среднего предпринимательства, обеспечении социальной инфраструктуры. *Каждая область, отдельный район, город, сельская местность являются своего рода перспективными инвестиционными проектами, которые имеют высокий потенциал.*

Сегодня у редакций, локализующихся в экономических центрах, повышается социальная ответственность по освещению процессов их развития. СМИ районов со сложным экономическим положением необходимо концентрироваться на вопросах социальной инфраструктуры, условиях для обеспечения занятости населения в районе и центрах экономического роста, важно инициировать поиск экономических резервов развития территорий. Городские издания также призваны корректировать свое содержание с учетом доминант региональной политики.

К сожалению, в предыдущее пятилетие пресса не в полной мере осуществляла эффективное информационное сопровождение регионального развития. На это указывают результаты контент-анализа, в ходе которого был исследован каждый третий или четвертый номер за I полугодие 2019 г. (в зависимости от периодичности) следующих изданий: республиканского – «Сельская газета»; областных – «Витебские вести», «Гомельская праўда», «Гродзенская праўда», «Заря», «Мінская праўда», «Магілёўскія ведамасці»; районных – «Лідская газета», «Маладзечанская газета», «Новы дзень», «Аршанская газета» (издаются в центрах экономического роста), «Веснік Глыбоччыны», «Голас Касцюкоўшчыны», «Крупскі веснік», «Ляхавіцкі веснік», «Праца», «Хойніцкія навіны» (издаются в районах с монопрофильной экономикой); городских – «Бабруйскае жыццё», «Віцебчы», «Жодзінскія навіны», «Гомельские ведомости»; объединенного – «Наш край».

Были проанализированы материалы на экономическую тематику (их доля в общем содержании изданий – 6–39 %), соответствующие основным направлениям программ социально-экономического развития областей на 2016–2020 гг.: экспорт и его диверсификация (0–2 %), привлечение инвестиций (0–3 %), внедрение инноваций (0–1,3 %) и др., а также касающиеся развития конкретных экономических отраслей: промышленности (0–10 %), сельского хозяйства (0–25 %), торговли и сферы услуг (0–4 %), строительства (0–1 %) и т. д. Результаты проведенного контент-аналитического исследования указывают на то, что информационные приоритеты редакций основаны на социальной тематике, а объем публикаций по экономике не позволяет отразить специфику территорий. Демонстрация позитивного опыта хозяйствования, включающего эффективный менеджмент, внедрение инноваций, анализ ситуации на проблемных предприятиях способствуют реализации задач СМИ как социального института, формированию экономической культуры населения, организации общественного обсуждения социально-экономических вопросов.

Также были рассмотрены возможности участия СМИ в решении важнейших социальных проблем регионов (41–85 % содержания изданий). Полученные количественные результаты свидетельствуют о частичном соответствии исследуемого контента социальным приоритетам развития регионов, потребностям населения: строительство жилья (0–2 %); функционирование жилищно-коммунального хозяйства (1–8 %); транспортное сообщение (0–2 %); дорожное обслуживание (0–4 %); торговля и услуги (0–4 %); создание спортивной инфраструктуры, обустройство зон отдыха (0,3–6 %) и др. Наиболее приоритетной является следующая тематика: медицинское обслуживание (3–16 %); качество образования

(3–13 %); занятость населения, условия труда (1–6 %); молодежная политика (9–24 %); культура (7–19 %); спорт (4–16 %), правопорядок и общественная безопасность (5–24 %); морально-нравственная ориентация населения (10–20 %) и др. Выявленные проблемы качества содержания указывают на необходимость переориентации редакций на всестороннее и объективное рассмотрение происходящего в социальной сфере в областях и районах страны, в т. ч. через увеличение доли публикаций критического содержания.

Таким образом, современным СМИ необходимо отражать направления развития регионов системно, стремясь к повышению экономической культуры населения, проявляющейся в осознании ответственности каждым гражданином своей роли в повышении благосостояния и качества жизни региона (бережливость, высокая производительность труда и др.). Данная информационная работа также тесно связана с повышением привлекательности территорий для жизни и реализации профессиональных амбиций.

СМИ каждого региона необходимо выработать свою *информационную стратегию, которая предполагает выбор оптимальных тем и творческих форм их репрезентации, направлена на изучение незадействованных резервов экономического роста регионов и практики отдельных субъектов хозяйствования, содействие реализации уже выявленного потенциала, поддержание качества жизни, стимулирование трудовой активности населения, его гражданской инициативы в обсуждении и решении проблем региона*. Данная стратегия должна строиться прежде всего на основе эффективного взаимодействия с органами государственного управления, субъектами хозяйствования и деловым сообществом.

Библиографические ссылки

1. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 15 дек. 2016 г., № 466 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2020.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. [Электронный ресурс] / Науч.-исслед. экон. ин-т М-ва экономики Респ. Беларусь. Минск, 2015. <http://srrb.niks.by/info/program.pdf> (дата обращения: 12.03.2018).
3. Об утверждении Программы деятельности Правительства Республики Беларусь на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 5 апреля 2016 г., № 274 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2020.

4. Основные положения проекта программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. URL: <http://brest-region.gov.by/index.php/obshchestvo/k-edinomu-dnyu-informirovaniya/12023-yanvar-2021-osnovnye-polozeniya-proekta-programmy-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-respubliki-belarus-na-2021-2025-gody> (дата обращения: 26.02.2021).

НЕКАТОРЫЯ АСАБЛІВАСЦІ АСВЯТЛЕННЯ КУЛЬТУРНАЙ ТЭМАТЫКІ Ў ВЫДАННЯХ ГРОДЗЕНСКОЙ ВОБЛАСЦІ

Н. В. Кузьміч

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
бул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
kuzmich_nv@mail.ru*

У матэрыяле разглядаюцца некаторыя асаблівасці выкарыстання культурнай тэматыкі на сайтах раённых газет Гродзенскай вобласці.

Ключавыя словы: культурная тэматыка; раённыя выданні; прэса.

SOME FEATURES OF COVERAGE OF CULTURAL THEMES IN THE PUBLICATIONS OF THE GRODNO REGION PRESS

N. V. Kuzmich

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: N. V. Kuzmich (kuzmich_nv@mail.ru)*

The article considers some features of the use of cultural themes on the sites of district newspapers of the Grodno region.

Key words: cultural themes; district publications; press.

У эпоху глабалізацыі праблема захавання культурнай спадчыны не толькі не губляе свайго значэння, а набывае асаблівую актуальнасць. Праблема звароту да сваіх гістарычных крыніц актуальная заўсёды. І важную ролю ў захаванні і развіцці культуры малых гарадоў адыгрывае мясцовая прэса. Акрамя сваёй галоўнай функцыі – інфарматыўнай,