

СИСТЕМА СМИ БЕЛАРУСИ В РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗВИТИИ. ЗАДАЧИ КОРПОРАТИВНЫХ ИЗДАНИЙ

В. В. Коршук

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

В публикации рассматривается роль современной системы СМИ Беларуси в обеспечении процессов регионального развития, а также задачи изданий различных типов. В частности, подчеркивается особая значимость корпоративной прессы в регионах с учетом внешних экономических вызовов. Обосновывается необходимость пристального внимания к географии таких изданий и их информационной повестке дня.

Ключевые слова: региональное развитие; система СМИ; корпоративные СМИ.

THE MEDIA SYSTEM OF BELARUS IN REGIONAL DEVELOPMENT. TASKS OF CORPORATE EDITIONS

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 modern Belarusian media system in ensuring the processes of regional development, as well as the tasks of various types of editions are considered in the publication. In particular, the special importance of the corporate press in the regions, taking into account external economic challenges, is emphasized. The need for close attention to the geography of such editions and their information agenda is justified.

Key words: regional development; media system; corporate media.

В нынешних общественно-политических условиях современная система СМИ Беларуси, представленная различными группами, исходя из таких параметров, как территория распространения, форма собственности, способ передачи контента, характеристики аудитории, – призвана уделять

особое внимание вопросам социально-экономической безопасности регионов. Согласно Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг., «региональная политика будет направлена на повышение привлекательности для жизни, работы и бизнеса территорий, расположенных за пределами столицы и областных центров, на популяризацию сельского образа жизни (деурбанизация)» [1]. С учетом событий, происходящих на мировом уровне (коронавирусная пандемия, российско-украинский конфликт), социально-экономическая безопасность и развитие регионов приобретают особую актуальность.

Для успешного информационного обеспечения процессов регионального развития сегодня важна интеграция информационного пространства, при которой различные типы СМИ с учетом имеющихся возможностей в полной мере удовлетворяют все имеющиеся информационные потребности общества. К слову, проблемы интеграции информационного пространства в реализации задач социально-экономического развития неоднократно поднимались исследователям [2, с. 14; 3].

Средства массовой информации в зависимости от территории распространения, социально-экономических особенностей имеют особые задачи в контексте региональной политики. Республиканские общественно-политические издания, телевидение в силу большего авторитета, в сравнении с региональными, играют важную роль в доведении политики государства в том или ином вопросе, координации, контроле направлений социально-экономического развития отдельных территорий, всей страны в целом. Их значение возрастает и по причине незавершенности процессов институционального и законодательного оформления концептуальных основ формирования и реализации политики регионального развития. Данный тезис подтверждается появляющимися отечественными исследованиями, в которых анализируется роль республиканских СМИ в социально-экономических преобразованиях регионов [4 и др.].

Региональная политика ставит принципиально разные задачи для СМИ в зависимости от социально-экономического положения территорий, на которых они распространяются. Так, у редакций, локализованных в экономических центрах, повышается социальная ответственность по освещению хода 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, также оптимально инициировать поиск экономических резервов развития территорий. Городские издания также призваны корректировать свое содержание с учетом доминант региональной политики и развития населенных пунктов.

В аспекте информационного обеспечения задач регионального развития научный интерес представляет и корпоративные издания (журналы, газеты). Такие СМИ функционируют в целях повышения корпоративной культуры, повышения экономической эффективности работы организации или предприятия, а также поддержания их позитивного имиджа. Теоретиками и практиками подчеркивается особая значимость корпоративной прессы градообразующих предприятий [5, с. 14; 6; 7]. Сегодня такие издания наиболее представлены в Гомельской области («Химики» – ОАО «СветлогорскХимволокно»; «Коммунальник» – КЖУП «Светоч», «Металлург» – ОАО Белорусский металлургический завод – управляющая компания холдинга «Белорусская металлургическая компания»; «Мозырский нефтепереработчик» – ОАО «Мозырский нефтеперерабатывающий завод»; «Сельмашевец» – ОАО «Гомсельмаш»; «Нефтяник Полесья» – РУП Производственное объединение «Беларуснефть», «Гомельский стекловар» – ОАО «Гомельстекло»). Несколько крупных предприятий Минщины, Витебщины, Могилевщины также имеют корпоративную газету («Калішчык Салігорска» – ОАО «Беларуськалій»; «Новости БелАЗа» – ОАО «БелАЗ»; «Рабочая эстафета» – ОАО «Борисовский завод «Автогидроусилитель»; «Трыбуна тэкстыльшчыка» – РУПТП Оршанский льнокомбинат»; «Вестник Нафтана» – ОАО «Нафтан», «Трудовая смена» – ОАО «Полоцк-Стекловолокно»). Пресса этого сегмента в Гродненской, Брестской областях не получила широкого распространения («Текстильщик» – РУП «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение»; «Гродненский химик» – ОАО «Гродно-азот», «Мостовский деревообработчик» – ОАО «Мостодрев»).

Определяющим критерием для развития корпоративной прессы является наличие крупных градообразующих предприятий, однако их перечень намного шире списка корпоративных СМИ. Корпоративные СМИ представляют интерес в контексте мобилизации кадров в достижении экономических задач предприятий, стратегически важных для регионов. Сегодня многие такие издания становятся инициаторами обсуждения актуальных социально-экономических вопросов регионов.

Кроме того, как показала коронавирусная пандемия, средства массовой информации корпоративного уровня не могут игнорировать внешние события, которые могут привести предприятие к негативным экономическим последствиям. Очень важно наличие авторитетного информационного звена – корпоративной газеты, способной дать исчерпывающие ответы на волнующие рабочих вопросы, отразить экономические результаты действий руководства и сотрудников в кризисной ситуации.

Таким образом, в реализации задач регионального развития консолидация всей системы СМИ позволит в наиболее полной мере обеспечить информационные потребности общества и реализовать социально-экономические планы государства. Актуальность эффективной корпоративной коммуникации в современных общественно-политических условиях, необходимость мобилизации кадров промышленных предприятий в достижении устойчивых экономических результатов определяют необходимость пристального внимания к географии таких изданий и их информационной повестке дня.

Библиографические ссылки

1. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 29 июля 2021 г., № 292 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2021.
2. Система средств массовой информации России: учеб. пособие / Я. Н. Засурский [и др.]. М. : Аспект пресс, 2003. 257 с.
3. Фокина О. А. Региональная повестка дня в общероссийских печатных изданиях: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / О. А. Фокина. М., 2013. 250 л.
4. Терентьев В. В. Имиджеформирующие ресурсы Витебской области для устойчивого развития государства // Проблемы управления. 2013. № 2. С. 36–40.
5. Ананич Л. С., Воробьев В. П., Русакевич В. В. Информационный ресурс Беларуси. Минск: Минская фабрика цветн. печати, 2004. 344 с.
6. Корпоративная пресса в условиях конвергенции СМИ и глобализации информационного пространства: материалы круглого стола, Минск, 16 марта 2017 г. / Ин-т журналистики БГУ; редкол.: С. В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. Минск: БГУ, 2017. 168 с.
7. Науменко А. А. Корпоративные медиа Беларуси: типология, контент и особенности функционирования : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Белорус. гос. ун-т. Минск, 2015. 25 с.