

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики

БУГАЕВА Ольга Константиновна

**РАЙОННЫЕ ГАЗЕТЫ «УЗВЫШША», «КРУПСКИ ВЕСНИК», «КРАЙ
СМАЛЯВІЦКІ»: ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
профессор Ивченков Виктор
Иванович

Допущена к защите

«__» _____ 20__ г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики,
кандидат филологических наук, доцент С. В. Харитонова

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ	3
РЭФЕРАТ	4
АВСТРАКТ	5
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РАЙОННОГО ИЗДАНИЯ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ	8
1.1 РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ НА МЕДИАРЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	8
1.2 СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РАЙОННЫХ ИЗДАНИЙ	14
Выводы по главе 1:	18
ГЛАВА 2 ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПРОИЗВОДСТВА РЕГИОНАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ	20
2.1 ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ	20
2.2 РАБОТА РАЙОННОГО ИЗДАНИЯ НА ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДКАХ	24
Выводы по главе 2:	30
ГЛАВА 3 ЖАНРОВОЕ И ТЕМАТИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ ГАЗЕТ «УЗВЫШША», «КРУПСКИ ВЕСНИК», «КРАЙ СМАЛЯВЦКІ»	32
3.1 ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ГАЗЕТЫ «УЗВЫШША».....	32
3.2 ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ ЭКОНОМИКИ, ПОЛИТИКИ, СПОРТА В ГАЗЕТЕ «КРУПСКИ ВЕСНИК»	38
3.3 СПЕЦИФИКА ЖАНРОВ И ПРИОРИТЕТНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ГАЗЕТЫ «КРАЙ СМАЛЯВЦКІ»	44
Выводы по главе 3:	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	51
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	56

РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников (46 позиций). Объем дипломной работы – 60 страница.

Ключевые слова: РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ, ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ, ГАЗЕТЫ «КРАЙ СМАЛЯВІЦКІ», «УЗВЫШША», «КРУПСКІ ВЕСНІК», ПРИОРИТЕТНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА, ЖАНРОВОЕ НАПОЛНЕНИЕ.

Объект исследования – районные газеты «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі» в системе региональных СМИ.

Предмет исследования – жанрово-тематический аспект анализируемых изданий.

Цель дипломной работы – определение жанрово-тематических особенностей в районных изданиях «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі».

Методы исследования: метод наблюдения, анализа, описания, сравнения, обобщения, системный и логический методы.

Полученные результаты и их новизна. В ходе работы районная пресса была рассмотрена как объект научного исследования, выявлены функции современной региональной газеты, изучена история становления и специфика функционирования газет «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі», а также проанализирован контент, наполняющий эти печатные издания. *Новизна исследования* заключается в характеристике жанрово-тематической специфики районных газет «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі».

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. Автор подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

Область возможного практического применения. Результаты исследования могут быть использованы в образовательном процессе факультета журналистики, а также в ходе дальнейшего научно-теоретического осмысления региональной прессы и ее жанрово-тематических особенностей.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца складаецца з уводзін, трох глаў, заключэння, спісу выкарыстаных крыніц (46 пазіцый). Аб'ём дыпломнай працы – 60 старонак.

Ключавыя словы: РЭГІЯНАЛЬНЫЯ ВЫДАННІ, ЖАНРАВА-ТЭМАТЫЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ, ГАЗЕТЫ «КРАЙ СМАЛЯВІЦКІ», «УЗВЫШША», «КРУПСКІ ВЕСНІК», ПРЫЯРЫТЭТНАЯ ПРАБЛЕМАТЫКА, ЖАНРАВАЕ НАПАЎНЕННЕ.

Аб'ект даследавання – раённыя газеты «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі» у сістэме рэгіянальных СМІ.

Прадмет даследавання – жанрава-тэматычны аспект аналізаваных выданняў.

Мэта дыпломнай працы – вызначэнне жанрава-тэматычных асаблівасцяў у раённых выданнях «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі».

Метады даследавання: метады назірання, аналізу, апісання, параўнання, абагульнення, сістэмны і лагічны метады.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Падчас работы раённая прэса была разгледжана як аб'ект навуковага даследавання, выяўлены функцыі сучаснай рэгіянальнай газеты, вывучана гісторыя станаўлення і спецыфіка функцыявання газет «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі», а таксама прааналізаваны кантэнт, што нападуняе гэтыя друкаваныя выданні. *Навізна даследавання* складаецца ў характарыстыцы жанрава-тэматычнай спецыфікі раённых газет «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі».

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы. Аўтар пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Вобласць магчымага практычнага ўжывання. Вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны ў адукацыйным працэсе факультэта журналістыкі, а таксама падчас далейшага навукова-тэарэтычнага асэнсавання рэгіянальнай прэсы і яе жанрава-тэматычных асаблівасцяў.

ABSTRACT

The thesis consists of an introduction, three chapters, conclusion, list of sources used (46 items). The volume of the thesis is 60 pages.

Key words: REGIONAL PUBLICATIONS, GENERAL-TEMATIC FEATURES, GAZETTE «KRAY SMALYAVITSKI», «Uzvyshsha», «Krupski VESNIK», PRIORITY PROBLEMATICS, GENERAL COMPOSITION.

The object of the study is the regional newspapers «Uzvyshsha», «Krupski Vesnik», «Kray Smalyavitski» in the system of regional mass media.

The subject of the study is the genre and thematic aspect of the analysed publications.

The aim of the thesis is to determine the genre and thematic features of the regional publications «Uzvyshsha», «Krupski Vesnik», «Kray Smalyavitski».

Research methods: method of observation, analysis, description, comparison, generalization, systematic and logical methods.

The results obtained and their novelty. During the study, the district press was considered as an object of scientific research, the functions of a modern regional newspaper were revealed, the history of formation and specifics of functioning of the newspapers «Uzvyshsha», «Krupski Vesnik», «Kray Smalyavitski» were studied, and the content filling these publications was analysed. *The novelty of the research* lies in the characterisation of the genre and thematic specificity of the district newspapers «Uzvyshsha», «Krupski Vesnik», «Kray Smalyavitski».

Reliability of materials and results of the thesis. The author confirms the reliability of materials and results of the diploma work, as well as the independence of its implementation.

Area of possible practical application. The results of the research can be used in the educational process of the journalism faculty, as well as in the course of further scientific and theoretical comprehension of the regional press and its genre and thematic features.

ВВЕДЕНИЕ

Средства массовой информации любого государства, с момента их возникновения, стали важнейшим источником достоверных данных. Преследуя цель обеспечения интересов населения по волнующим их темам, пресса не теряет свою актуальность. Это, в свою очередь, непосредственно отражается на значимости региональных СМИ. Главная миссия которых состоит в освещении и информировании читательской аудитории по вопросам политики, экономики, культуры, спорта на территории определенного региона.

Пресса формирует общественное мнение, оказывает влияние на систему жизненных ценностей и ориентиров, определяет дальнейший путь развития социума, а также становится важным инструментом в создании политической и социально-экономической модели государства. Отличительным фактором региональных СМИ становится территориальность. Она задает вектор развития журналистики в данном секторе, определяя ее основные характеристики и условия производства единицы контента.

С появлением региональной прессы, у ученых возникла потребность осмысления трансформации журналистской деятельности под влиянием информатизации и медиатизации общества в каждом из регионов.

Районные СМИ представляют собой орган исполнительного комитета, являясь при этом частью системы государственного управления. Этим обусловлена заинтересованность Министерства информации в развитии и совершенствовании прессы региона.

Создаются и обновляются программы по поддержанию и улучшению качества издательского продукта. Так, Совет Министров Республики Беларусь от 18 января 2021 года утвердил Государственную программу «Массовая информация и книгоиздание» на 2021-2025 годы. Внося, по мере необходимости, изменения и дополнения: от 18 января 2022 года, 22 декабря 2022 года и 20 ноября 2023 года.

В связи с тем, что печатные СМИ образуют значительный сегмент информационного поля страны, контроль и оценка качества производимых мероприятий в этих направлениях являются необходимыми критериями для оптимизации редакционного процесса.

Актуальность темы дипломной работы обусловлена тем, что углубленное изучение и анализ жанрово-тематического аспекта газет «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі» позволит определить основные тенденции и закономерности развития профессии журналиста в регионах. Это позволит использовать наиболее современные и действенные

способы донесения информации и улучшить качество анализируемых изданий.

Актуальность данного исследования определяется тем, что в нем изучаются районные общественно-политические газеты «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі» со стороны жанровой и тематической специфики наполнения, приоритетной проблематики и новых форм организации контента.

Объектом дипломной работы являются районные газеты «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі» в системе региональных СМИ.

Предмет – жанрово-тематический аспект анализируемых изданий.

Цель дипломной работы – определение жанрово-тематических особенностей в районных изданиях «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі». В соответствии с поставленной целью в работе ставятся и решаются следующие **задачи**:

1. Рассмотреть районную прессу как объект научного исследования;
2. Выявить функции современной районной газеты;
3. Изучить историю становления и специфику функционирования газет «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі»;
4. Проанализировать контент, наполняющий печатные издания;
5. Охарактеризовать жанровую и тематическую специфику районных газет «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі».

Научной базой исследования послужили научные работы отечественных авторов А. Амзина [1], Е. А. Барановой [2], А. Д. Борейко [3], Е. Л. Вартановой [4], В. И. Ивченкова [13], А. Г. Качкаевой [15], М. Н. Кима [17], В. В. Коршук [19], М. В. Прохорени [31], Д. П. Синявского [34], О. Г. Слуки [36], Б. В. Стрельцова [37].

В дипломной работе использовались следующие методы исследования: метод наблюдения, анализа, описания, сравнения, обобщения, системный и логический методы.

Эмпирической базой исследования стали следующие издания: «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі» за период январь 2021 – май 2024.

Практическая значимость работы. Результаты и данные, полученные в ходе исследования, могут быть использованы в практической деятельности редакций газет, с целью оптимизации и улучшения качества производимого контента; теоретические материалы могут быть включены в учебный процесс факультета журналистики БГУ.

Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложений. Объем работы (без приложений) – 60 страниц.

ГЛАВА 1

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РАЙОННОГО ИЗДАНИЯ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

1.1 Развитие региональных СМИ на медиарынке Республики Беларусь

Современные региональные издания уникальны по своему характеру. В первую очередь – по причине географии распространения контента, и, соответственно, его эксклюзивности. Журналисты, работающие непосредственно над созданием материалов, обладают всеми необходимыми навыками для освещения различных региональных событий. Чем выгодно отличаются от рядового автора, работающего в конкретной области.

Региональные медиа Республики Беларусь занимают лидирующие позиции по количеству выпускаемых изданий. Подтверждением станут статистические данные Министерства информации Республики Беларусь: на 1 апреля 2024 года в Государственном реестре средств массовой информации зарегистрировано 915 печатных СМИ, из них – 367 газет (199 государственных и 168 негосударственных), где на долю региональных изданий приходится 136 печатных СМИ. Их учредителями выступают областные, городские и районные исполнительные комитеты (118 – районных, 9 – областных, 9 – городских) [27].

Повышенное внимание к региональным медиа обусловлено их местом в системе государственной информационной политики. В первую очередь – это инструмент, формирующий и отражающий социальные и общественные мнения и установки.

Белорусский исследователь В. Скрипко в своей работе «Региональные СМИ как фактор формирования бренда района» пишет: «Основные особенности региональных СМИ заключаются в актуальности, своевременности, общедоступности и объективности опубликованных материалов. И каждый житель района должен чувствовать и считать себя частью своего регионального издания» [35, с. 174].

Внимание информационного ведомства к районной печати возможно обосновать. Данная пресса играет важную роль в передаче государственной политики во всех, без исключения, сферах общественной жизни. Стремление к объективности при освещении событий, следование принципам правдивости и точности, а также приверженность к общественному интересу – являются характерными чертами региональных изданий.

Повышенное внимание уделяется качеству жизни местных жителей, в том числе, в социально-экономической сфере. Не менее активно районная пресса затрагивает идеологический аспект, осуществляя стратегии, полученные от высших государственных органов. Однако это не мешает своевременно освещать местные события [45, с. 283].

Региональные издания, как и любое другое СМИ в медиапространстве Республики Беларусь, выполняет ряд значимых функций. Они включают в себя: информационную, отражающую ключевые события и факты, произошедшие на определенной территории; политическую, направленную на формирование политической идентичности, контроль работы государственных органов и приобщения граждан к активному участию в общественной жизни; оценочную, в рамках которой представлены различные общественные взгляды и мнения; социально-ориентирующую, обращающую внимание общества на существующие проблемы и вызовы; культурно-образовательную, направленную на распространение знаний и расширение кругозора читательской аудитории; рекламно-справочную, предоставляющую необходимую информацию о товарах и услугах, и, наконец, рекреативную, обеспечивающую аудиторию развлекательным контентом.

Широкий спектр затрагиваемых областей привлекает внимание отечественных и зарубежных ученых. Они ставят перед собой цель в виде анализа и последующего выявления как преимуществ, так и недостатков современных печатных изданий в регионах.

Исследованием региональной прессы в различных направлениях занимались А. Г. Петроченко (творческий потенциал), М. Л. Лебедева (культурная проблематика), Е. Э. Груша (проблемы развития), А. А. Маркович (стратегии сближения с аудиторией), В. В. Бабович (региональный имидж).

Исследовательница М. Л. Лебедева верно подметила насчет того, что региональные медиа, реагирующие на проблемы современности и остающиеся преданными традициям, не перестают выполнять просветительскую функцию, публикуют для читателей материалы культурной тематической направленности, но уделяют внимание рекреации. Кроме того, особенности потребления информации в контексте массовой культуры и стремительной дигитализации (в связи с этим, усиления визуального ряда в отображении культуры в средствах массовой информации) важно всесторонне исследовать, объединяя социально значимые проблемы и общественно-политический дискурс [21].

Безусловно, сегодня наблюдается значительные изменения в индустрии медиа. На смену печатным изданиям пришли веб-сайты, а также аудио- и видеоформаты представления контента. Тем не менее, газеты пока еще не

утратили свое влияние на аудиторию, хотя бы по причине наибольшего доверия к этому источнику информации.

Ученые, в свою очередь, подкрепляют это мнение в своих работах. В. П. Воробьев отмечает: «Во-первых, предпосылкой к ориентации на региональные медиа является социальная потребность в широкой и многообразной информированности о микросреде деятельности человека, потребность знания того, как реализуются и оцениваются чаяния, способности и дела его самого и коллег, как раскрываются их творческие потенциалы. Во-вторых, будучи осознанной, социальная потребность в информации о регионе выражается в тематических интересах читателя к публикациям. И, в-третьих, располагая возможностью удовлетворить социальную потребность в информации и тематические интересы читателя, региональные медиа тем самым обеспечивают стабильность своих функциональных ресурсов» [7, с. 117].

П. Ф. Потапов в своей работе «Место прессы в системе республиканских СМИ и адекватность общественного мнения в регионе» пишет: «Информация, излагаемая печатными изданиями, должна расширять его кругозор, уважать его интересы, отображать плюралистическую направленность гражданского общества, склоняться к объективности. С этой целью региональной общественности и печати нужно активно взаимодействовать. Информация, проходящая через местную прессу, должна способствовать согласию в региональном обществе, его развитию и равновесию. Региональная пресса во всем ее многообразии отражает различные события культурной и политической жизни общества, расширяя свою аудиторию и, следовательно, сферу воздействия того или иного события, интерпретируемого печатными изданиями. Опыт истории показывает, что печать способна служить разным, а иногда и полярным целям: просвещению людей, развитию у них чувства собственного достоинства, потребности в свободе самовыражения, способствованию взвешенному принятию решений, максимальному обогащению личности, но также склонна и духовно поработать, дезинформировать и запугивать население, разжигать массовую ненависть и сеять недоверие и страх» [29, с. 23].

Успешное развитие СМИ непосредственно зависит от редакции, которая задает курс работы, и журналистов, которые без отклонения движутся по заданному пути. Из этого формируются запросы на универсальных специалистов, способных одинаково качественно производить контент на различные темы.

Журналист должен обладать навыками создания материала для различных платформ, включая веб-сайты, социальные сети и печатные издания. Кроме того, для каждой из платформ оформление публикации

должно отличаться, не теряя, при этом, основной посыл. Таким подходом руководствуются ведущие зарубежные СМИ. В этом случае недостаточно просто создание интернет-отдела, поскольку авторы продолжают писать в «печатном стиле». Журналистам необходимо овладеть навыками мультимедийного производства. Это и вызывает наибольшие трудности, т.к. сотрудник, проработавший длительное время в одном формате, испытывает трудности при переходе на что-то более инновационное [9].

Р. И. Мелешевич в своей работе «Универсальный журналист: сплав творческих и технических умений (на примере медиа Гомеля)» пишет: «Работа современных журналистов предполагает сплав творческих и технических знаний и навыков – такого симбиоза, который принято обозначать понятием «универсальный журналист». При этом в редакциях газет заметно расширение состава сугубо технических специалистов при одновременном требовании к творческим быть хорошо подготовленным в техническом плане и уметь готовить контент для различных платформ» [22, с. 178].

Еще одна существенная проблема в работе региональных журналистов – не использование современных источников информации. Вместо обращения к информационным агентствам и запросов в пресс-службы, авторы прибегают к наиболее доступным способам получить необходимые данные. Из чего следует, что проблема выбора альтернативных источников не является актуальной для журналистской деятельности в регионах [40, с. 70].

Несмотря на недостатки организации редакционной работы, исследователи делают относительно позитивные выводы. В. В. Тулупов в своей работе «Региональная журналистика: сегодня и завтра» считает: «Благодаря местной прессе в стране сохраняется единое информационное пространство, к тому же в лучших своих образцах она выполняет социальную функцию. Вот почему от районной газеты не следует требовать рентабельности или прибыльности, особенно в сегодняшних экономических условиях. Отсюда – высокая востребованность публикуемой местной информации (публицистической, официальной, статистической, деловой, научно-технической, научно-популярной, рекламносправочной), отсюда – мощный организаторский ресурс, которым обладают местные редакции (проведение гражданских акций; взаимодействие населения с местной властью и др.)» [39, с. 81].

Схожего мнения исследователь В. П. Воробьев, он пишет: «Поскольку аудитория ограничена рамками региона, то максимальная приобщенность к делам и заботам жителей района, к их судьбам позволяет почти «персонифицировано» учитывать их запросы, конкретные цели и ожидания, их повседневные потребности в быту и в работе, их радости и огорчения. Сегодня для региональной редакции, стремящейся конкурировать на

информационном рынке, недостаточно хорошо знать, что следует сказать в газете, нужно еще точно знать: кому, как и когда это сказать. Газета может стать чутким, умным и требовательным учителем. Долгие годы вести людей. Где надо похвалить, где надо поправить. Иначе говоря, не увлекаясь «охватом» и не «заслоняясь статистикой», с одной стороны, рассказывать о людях района, а с другой – помогать им решать назревшие проблемы» [7, с. 117].

Ученый Г. С. Мельник в качестве довода приводит следующее: «Главные задачи, которые выполняет региональная пресса, – это предоставление всесторонней местной информации, выполнение роли трибуны общественности, формирование и сплочение местного сообщества, формирование общественного мнения, развитие чувства малой родины, выполнение роли проводника органов местной власти» [23, с. 84].

Однозначного прогноза о будущем функционировании и развитии региональной прессы нет. Ученые не спешат с утверждениями, предпочитая наблюдать и делать выводы поэтапно. Часть исследователей предполагают позитивные тенденции в стратегии развития СМИ, другие, напротив, высказываются категорично, рассматривая вариант функционирования местных изданий в качестве средства пропаганды на поддержание интересов местных органов власти.

Каких противоположных мнений бы не придерживались исследователи и ученые, в одном они сходятся: региональные газеты – отличный инструмент информирования населения региона.

Б. В. Стрельцов пишет: «Ориентация на местные новости является тем катализатором, который значительно расширяет рамки избирательного подхода читателя к предлагаемой ему информации. Закономерна более высокая заинтересованность людей к будничным новостям, которые происходят рядом» [38, с. 46].

Почему местные жители, несмотря на наличие интернет-ресурсов, все еще испытывают потребность в печатном издании?

Медиаисследователь В. П. Воробьев отмечает: «Удовлетворение социальных потребностей людей так или иначе связано с коллективами, с регионами, в которых они живут, работают, учатся. Наряду с этим ученые резонно отмечают: в коллективе, в микрорайоне мы получаем информацию о том, что собой представляем; как умеем работать, строить отношения с окружающими; какие черты нашего характера и поведения одобряются, а какие нет. В зависимости от этого мы и оцениваем себя, свое «я». Экспериментальные исследования показывают: активный приток информации необходим человеку так же, как воздух, вода, пища, труд и отдых. В контексте этих положений можно заключить, что для человека очень важно иметь

сведения о коллективе, о районе, чтобы шире и глубже знать свою ежедневную среду, оценивать себя в ней. Информация о региональных событиях необходима личности для ориентации и выбора линии поведения. Это значит, что местная информация является социальной потребностью человека. Будучи осознанной, потребность личности в информации о регионе, о людях выступает как читательский интерес к региональной прессе. Установлено, что в основе формирования интереса как социально-психологического явления (читательского, зрительского, слушательского) лежит осознание объективного интереса. Если социальная потребность в информации является источником формирования читательского интереса к региональной печати, то читательский интерес, в свою очередь, служит основой появления тематических предпочтений» [7, с. 116].

Это, в свою очередь, подтверждает мнение, что вне зависимости от трудностей, связанных с производством контента, нехватки кадровых ресурсов, слабо развитую кроссплатформенность, районные СМИ продолжают занимать определенную нишу изданий на информационном рынке.

Подводя промежуточные выводы, важно отметить, что главными преимуществами региональной прессы являются: простота подачи материала для конкретной целевой аудитории; персонализированная направленность к читательской аудитории; постоянное взаимодействие авторов газеты с ее читателями; своевременная обратная связь; доверительные отношения между потребителем и производителем контента, где первые выбирают СМИ по причине уверенности в его объективности и правдивости, а вторые – прилагают все усилия, чтобы сохранить сложившуюся модель взаимоотношений [7, с. 120].

В целях поддержания медиапроизводства контента региональных СМИ, государство реализует ряд программ, направленных на улучшение качества работы. Так, на 2021-2025 год сформированы мероприятия в рамках программы «Цифровое развитие». Из поставленных задач следует выделить следующие:

1. Создание подходящих и комфортных условий для внедрения современных информационных технологий в повседневную работу журналистов средств массовой информации;
2. Проводимые работы по подготовке и (или) переподготовке кадров, в будущем взаимодействующих с новыми платформами распространения информации;
3. Разработка и последующее внедрение инструмента, способного осуществлять управление процессами цифровизации;
4. Обеспечение доступа у населения к технологиям и, за счет этого, снижение «цифрового неравенства» в регионах [12].

Разница между функционированием районных СМИ ранее и сейчас сильно заметна. Если ранее источником информации считались исключительно печатные издания, успешность которых определялась тиражом, то на сегодняшний день критерии оценивания изменились.

Изданию мало производить контент в соответствии с местными инфоповодами. Его необходимо адаптировать, совершенствовать, видоизменять для всех возможных интернет-площадок. При этом брать в расчет особенности каждой из платформ. Так, наиболее актуальные новости, в первую очередь, выходят в социальных сетях (при их наличии), затем оформляются для сайта, и только потом, при необходимости, публикуются в газетах.

Работа журналиста изменилась: из узко направленного специалиста сотрудник редакции перевоплощается в «универсального» сотрудника, способного без третьих лиц создавать контент и наполнять им площадки редакции.

Такое положение дел влияет на научный дискурс. Исследователи изучают специфику функционирования региональных СМИ на медиапросторах Республики Беларусь. Большое количество публикаций посвящено процессу адаптации сотрудников к новым вызовам и проблемам, особенностям функционирования редакций в современном мире, поиску действенных стратегий, направленных на сохранение и улучшение производства контента.

1.2 Специфика функционирования районных изданий

Районная газета в силу своей специфики (распространение на определенной территории) занимает особую нишу в системе белорусских СМИ, чем и привлекает ряд ученых, изучающих механизмы работы местного издания.

С. Л. Нарейко пишет: «Исследование проблем и перспектив развития региональной прессы как составной части СМИ страны имеет значение для выявления тенденций развития печатных изданий государства в связи с тем, что в прессе регионов отражаются как общие исторические традиции, так и текущие экономические и культурные процессы. Широкий спектр воздействия так называемой «низовой прессы» на массы в нашей стране противодействует коммерческим изданиям невысокого уровня» [25, с. 109].

Потребность в районных газетах обусловлена узкой направленностью таких источников информации. Издания, в первую очередь, нацелены на

освещение интересов и деятельности местного жителя. Близость к читательской аудитории повышает уровень доверия и сближает автора с потребителем контента.

В этом и заключается парадокс локальных изданий: несмотря на сложную экономическую ситуацию и, в то же время, высокую конкуренцию на рынке СМИ, местная пресса сохраняет свое влияние на территории распространения.

В подтверждение исследователь С. Л. Нарейко обращает внимание на ряд политических, экономических, социокультурных и идеологических факторов, позволяющих региональным СМИ развиваться: «Важным для региональных СМИ является и их географическое положение – удаленность от центра, расположение соседних государств и т. д. Местные СМИ пограничных территорий должны учитывать повышенный интерес своей аудитории к тому, что происходит в соседних государствах. Преимущественным способом распространения печатной продукции в городах является розничная продажа. Основную часть подписчиков составляют люди пожилого возраста и пенсионеры. Молодежь приобретает прессу при наличии интереса к определенным региональным событиям» [25, с. 109].

Исследованием районных газет и тенденций их развития занимались такие авторы, как К. В. Дементьева [10], В. Касько [14], С. Н. Кедяркин [16], Б. Н. Киришин [18], И. В. Пьянзина [32], Д.А. Устюжанина [41].

В своих работах они отмечают не только положительную динамику трансформации изданий. Постоянное изменение подачи информации касается всех СМИ, что важно учитывать при проводимом анализе.

Так, Д. Н. Дроздов в своей статье «Мониторинг и оптимизация региональных медиа: европейская практика» пишет: «Развитие малых и средних городов, достижение и поддержание высоких социальных стандартов жизни в сельской местности является одним из стратегических направлений внутренней государственной политики Республики Беларусь. В системе информационного обеспечения этой политики и ее успешной реализации на практике жизненно важную роль играют местные средства массовой информации, в частности местные газеты, которые долгое время занимали доминирующие позиции на локальном медиарынке. Однако будущее региональных СМИ становится все более неопределенным в связи со становлением медиaprостранства, на котором доминируют мобильные устройства, цифровые ресурсы, а также вызванные этим изменения в удовлетворении информационных потребностей аудитории. Местным медиа необходимо адаптироваться к данным тенденциям, чтобы таким образом

преодолеть снижение тиражей и аудитории, доходов от рекламы, сокращение численности сотрудников» [11, с. 92-93].

Чрезвычайно важным для местных печатных СМИ остается вопрос об их техническом и ресурсном обеспечении. Из-за того, что бюджет районных изданий складывается в основном из реализации тиража (преимущественно через подписку), доходов от рекламы, размещенной на страницах газеты, и госдотаций, у редакции нет возможности предоставить себе современную техническую базу. В следствие чего страдает, в первую очередь, качество издания: бумага, которая используется для печати, разнообразие цветовой палитры или ее отсутствие, дизайнерские решения. Проблемы распространяются и за пределы печатного источника информации. Нехватка оборудования не позволяет создать профессиональный сайт и наполнять его высококачественным содержанием.

Изучением этой проблемы занимался А. В. Потребин: «Возможно, решение проблемы лежит в переносе акцента с бюджетных дотаций на введение гибкой системы косвенных и адресных льгот для изданий (льготы на услуги связи, на аренду помещений, налоговые льготы), на снижение тарифов на распространение именно для региональных изданий. Ведь в ряде редакций убеждаются, что исчерпаны все доступные на их уровне резервы роста доходов. Часто в небольших районах рост доходности издания ограничен емкостью рынка (и по наращиванию тиражей, и по приросту рекламы)» [53].

Наличие социальных сетей у районных изданий – также редкое явление. Нехватка кадровых ресурсов, а вместе с тем и базовых знаний, касаемо платформ, вынуждает сотрудников вести аккаунты без понимания стратегии либо не вести их вовсе.

В свою очередь, у местной прессы есть одна особенность – фактор узнаваемости. На это указывает в своей работе «Воспитательный потенциал региональной периодики» В. П. Воробьев: «Простейшее наблюдение в читальном зале библиотеки показывает, что из стопки различных газет практически без исключения первой будет прочитана «своя», региональная газета. Она «пробивается» к читателю вне очереди: узнаваемость фактов, событий, лиц – большая притягательная сила» [6, с. 18].

На рынке СМИ предпочтение отдается той газете, которая уже знакома читателю. А вместе с узкой направленностью региональных изданий, потребителю проще сделать выбор в пользу «своего» местного источника информации.

Взаимодействие авторов и читателей позволяет создать уникальную связь, где первые пишут в соответствии с интересами и предпочтениями аудитории, а вторые – поддерживают издание по причине доверия к журналистам и их своевременному освещению локальных событий.

В этом случае редакциям на постоянной основе необходимо уделять внимание изучению предпочтений своей читательской аудитории. Информационных поводов недостаточно. Журналист должен уметь преподносить информацию, учитывая потребности получателя, актуальность материала, особенности языка статьи и времени, когда информация выйдет на газетную полосу. Такой подход позволит найти и сохранить преданную читательскую аудиторию.

Зная потребности местных жителей, региональные издания налаживают связь и развивают вовлеченность общества в отношении освещаемых событий. Создание полноценного диалога, в том числе интерактивности, существенно повышает лояльность у читателей, т.к. они ощущают себя полноправным собеседником.

В. П. Воробьев пишет, что правильно будет сказать, что регион создает условия для функционирования масс-медиа и в это же время влияет на особенности потребления готовой информации. Многосторонняя связь, большой простор для коммуникации между пишущими журналистами и читающим населением формируют обстоятельства для конкретного понимания материалов [5].

Из приведенного выше можно заключить выводы о специфике функционирования современных районных изданий Республики Беларусь:

Целевая аудитория: ориентир газет на узкую целевую аудиторию, проживающую в конкретном населенном пункте, непосредственно влияет на специфику производимый журналистами контент. Из чего складывается выбор тематики материалов, их актуальность, а также язык повествования, на котором авторы доносят информацию.

Привязанность к территориальному расположению: в отличие от республиканских СМИ, в которых освещение событий зависит от масштаба их влияния на общество, районная пресса специализируется на более частных случаях. Предпочтение отдается инфоповодам, затрагивающим местного жителя и его уклад жизни. Читатель должен быть проинформирован обо всем, что случилось в окрестностях, где он проживает.

Финансовые трудности: редакции испытывают существенные сложности с финансированием. Местный бюджет далеко не всегда способен покрыть все издержки, затраченные на производство контента. А ограниченность полос газеты влияет на рекламные возможности. Нехватка денежных средств приводит к уменьшению количества сотрудников, это, в свою очередь, влияет на качество создаваемого контента.

Конкурентоспособность: рынок СМИ предлагает издания на любой вкус: начиная с узко специализированных газет и журналов, заканчивая республиканскими и областными, возможности которых существенно больше.

Такое положение требует от редакции поиска, а затем и развития своих преимуществ.

Кадровая обеспеченность: состав редакций районных изданий – преимущественно возрастные журналисты. Причем обычно это небольшой штат сотрудников, покрывающий все задачи. Зачастую сотрудник не только готовит выход материала к печати, но и занимается фото- и видеосопровождением, версткой полосы и последующей публикацией этого же текста на другие платформы. А из-за ограниченных возможностей такие журналисты обладают меньшими компетенциями в сравнении со специалистами республиканских СМИ.

Местная специфика: региональные издания берут на себя миссию отражения идентичности района. Это существенно выделяет их для коренного жителя. Освещение культуры, обычаев и традиции населения позволяют сформировать уникальный стиль в повествовании и наполняемости газетной полосы.

Взаимодействие с читателями: возможность отправить письмо прямо в редакцию, организовать прямую линию, а также поддерживать связь с действующими журналистами позволяет создать диалог, в котором каждая из сторон имеет право быть выслушанной и услышанной.

В сложившихся реалиях региональная пресса продолжает вести борьбу на рынке СМИ в целях найти, заинтересовать и добиться поддержки от своего потребителя.

Выводы по главе 1:

1. На данный момент региональные СМИ доминируют по числу выпускаемых периодических изданий в Республике Беларусь. Статистика показывает, что на 1 апреля 2024 года в Государственном реестре средств массовой информации числится 915 печатных СМИ, из них – 367 газет, из них объем региональных медиа – 136 печатных СМИ. К характерным свойствам районных изданий можно отнести правдивость, точность, достоверность информации, а также преданность интересам общества. А функции рассматриваемых газет не отличаются от функций других типов СМИ (информационная, политическая, оценочная, идеологическая, культурно-образовательная, рекламная, развлекательная). В связи с переходом средств массовой информации в интернет-среду важно отметить, что многие редакции становятся мультимедийными, что означает, что контент выходит на различных информационных каналах. То же самое касается региональных СМИ. Поэтому журналистам необходимо быть «универсальными»: уметь создавать контент для различных площадок, обладать навыками

конвергентного журналиста. Однако существует проблема, что в региональных медиа работают сотрудники, которые привыкли создавать материалы в «печатном стиле». Еще одним недостатком является обращение к традиционным источникам информации и отсутствие альтернативы им.

Основными преимуществами местной прессы являются: наибольшее доверие со стороны аудитории, несложность подачи информации для определенной ЦА; персонализированная направленность; возможность обратной связи с читателями; активная коммуникация с аудиторией.

В рамках государственной программы (раздел «Цифровое развитие») можно выделить следующие пункты по улучшению работы региональных изданий: создание комфортных условий для включения новых информационных технологий в повседневную работу журналистов средств массовой информации; переподготовка кадров, которые смогут создавать контент на разных площадках; разработка инструмента, который будет контролировать процесс цифровизации; доступ населения к новым технологиям.

2. Региональные медиа стараются удержать свои позиции на информационном рынке, повысить заинтересованность читателя. Главными особенностями современной местной прессы являются: направленность на конкретную потребительскую аудиторию, от которой зависит тематическое наполнение издания; отношение к определенному географическому положению, что позволяет освещать темы, интересующие местное население; недостаточное финансирование редакций районных газет, вызывающее сокращение численности работников, непокрытые издержки производства; отсутствие современной технической базы, что сказывается на качестве выпускаемых изданий; возрастной коллектив редакции, который не обладает личными и профессиональными компетенциями для создания высококачественных материалов, соответствующих современным тенденциям медиaprостранства; уникальный стиль районных газет повышает узнаваемость среди коренных жителей; налаживание тесной связи с читателями дает возможность рассмотреть проблемы, затрагивающие интересы целевой аудитории.

ГЛАВА 2 ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПРОИЗВОДСТВА РЕГИОНАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ

2.1 Основные принципы работы региональных СМИ

Ключевой особенностью всех региональных СМИ считается привязанность публикуемого контента к территории распространения печатного издания. Именно на этом принципе и базируется информационная стратегия областных и районных газет. Не стоит забывать, что газета сегодня не только средство донесения информации (пусть и не так оперативно, как посредством интернета или социальных сетей), она также служит площадкой для высказывания представителей власти в конкретном регионе. Это существенно влияет на наполняемость газеты, в результате чего количество официальных материалов может существенно преобладать над публикациями в других направлениях (особенно в период предвыборных кампаний или значимых политических событий страны и региона). Поэтому редакционной коллегии важно находить баланс между информативными заметками и «живыми» материалами.

В региональные газеты часто поступают материалы от авторов, не имеющие прямого отношения к изданию, например, письма читателей, в которых они привлекают внимание к проблеме либо делятся личной историей. Такой контент не может быть опубликован на страницах газеты по причине нехватки места (в связи с планированием контента наперед) либо из-за несоответствия текста информационной стратегии издания.

Л. Л. Черепанова в своей статье «Районная газета или социальные сети: выбор аудитории» отмечает следующее: «Районная газета традиционно всегда была единственным близким аудитории источником информации, освещавшим жизнь и проблемы местного населения и имевшим с ним надежную обратную связь. В значительной степени эта особенность районной газеты обнаруживает ее сходство с комьюнити-медиа, которое призвано отвечать на информационные запросы населения локальной территории и существует при активном участии сообщества» [43, с. 177].

Основная тема районных газет – принятые решения и действия местных органов управления, новости, затрагивающие происходящее в районе и освещение достижений в сельском хозяйстве (особенно в летний и осенний период). Очевидно, что районные газеты не всегда соответствуют интересам и потребностям читателей, а качество исполнения самого издания порой оставляет желать лучшего. Но у такого типа издания есть существенное

преимущество – доступная стоимость и высокая степень доверия со стороны читателей [25, с. 112].

В районных газетах штатные журналисты охватывают и разрабатывают большое количество значимых проектов: социальные инициативы, мероприятия с возможностью интерактивного взаимодействия, конкурсы. Вместе с этим, корреспонденты предпочитают концентрироваться на отдельных историях, вместо того чтобы искать способы решения актуальных проблем, доставляющих неудобства прямо сейчас. Подход к социальной сфере с целью ее освещения не гарантирует доверие аудитории, хотя, конечно же, обращает внимание читателей.

Парадоксальность ситуации заключается еще в том, что несмотря на ориентированность районных газет на социальные проблемы, на практике они преимущественно отражают деятельность местных властей. Безусловно, информирование жителей в этой сфере важно, но больший отклик аудитории будет в условиях, когда эта информация станет объектом дискуссии, критики и анализа. Вот тогда можно будет сказать, что все эти факты и сведения служат интересам общества. Кроме того, важным фактором поддержания социальной стабильности в регионе является взаимодействие газеты с аудиторией и между читателями.

В связи с этим появляется необходимость увеличения количества и объема материалов, посвященных социальным и бытовым проблемам, откликающимся жителям региона. В противном случае, из-за нехватки информации может развиваться информационный вакуум, который, конечно, не принесет пользы. Каждая проблема должна быть рассмотрена журналистами штата: при необходимости они должны выезжать на место событий, сообщать о решении ситуации на всех этапах, связываться с представителями райисполкома или любой другой структуры, способными повлиять на благоприятный исход. Вот тогда информационный дисбаланс будет устранен, а представители местной власти заслужат доверие общественности и (или) повысят уровень лояльности по отношению к ним.

Что необходимо для успешного функционирования региональных СМИ?

- 1. Понимание своей целевой аудитории и специфики журналистской работы в районном издании.** Для востребованного контента на полосах газеты редакции и, в частности, журналистам важно знать и понимать аудиторию, для которой они вещают. Каждый регион, каждый город и район имеет свои особенности населения: будь то демография, социальная среда, культурное и духовное развитие. Для разных потребителей разная информация и разный контент. Благодаря уникальности и самобытности авторы

способны в 2024 году наполнить печатное издание материалами, аналогов которым читатель попросту не сможет найти на других площадках. Так, в районе, где значительная доля населения на постоянной основе проживает в сельской местности, основными и актуальными темами станут новости, касающиеся развития сельскохозяйственного сектора, изменения и создания объектов инфраструктуры и разработки новых социальных программ. Если же мы перенесемся в район, основу которого составляет промышленное производство, то «темы полей» не будут представлять большой ценности для читателя. Напротив, свежая информация о состоянии окружающей среды, пособиях и выплатах для сотрудников, а также нововведениях в правилах безопасности на производстве будет резонировать с потребностями читателей.

2. **Учитывание потребностей и закрытие информационных нужд местных жителей.** Постоянный мониторинг нынешней обстановки в районе, а вместе с тем и выявление тем, подходящих для освещения и обсуждения на страницах издания – первоначальная задача представителей СМИ. Поиск проблемы, поиск причины ее появления, а после – изучение способов решения сложившейся ситуации на деле продемонстрируют заинтересованность журналистов в улучшении качества жизни потенциального читателя. Так, если распространение газеты проходит в районе, где основной проблемой является экологическая обстановка, то редакции необходимо направить все свои силы, чтобы в каждом номере, как минимум, один из материалов освещал ситуацию со стороны экспертов и рассказывал о перспективах решения и минимизировании вреда. Затронув острые темы, издание увеличивает шансы на отклик у аудитории, в то же время игнорирование явных проблем лишь усугубит отношение аудитории.
3. **Ориентир на актуальные события и инфоповоды.** Региональное издание не может пропустить открытие нового объекта, проигнорировать массовый праздник или посчитать ненужным освещение нового назначения на должность в местных органах власти. Все то, что волнует общественность в данный момент, должно находить отражение на страницах и (или) сайте, социальных сетях издания. При этом формат подачи информации журналист волен выбирать самостоятельно: будь то информационная заметка, интервью или аналитическая статья. Главное, оповестить читателя о происходящих событиях, не исказив информацию и не упустив важные детали.

4. **Использование статистических данных и фактов.** Цифры – отличный способ продемонстрировать изменения и привлечь внимание. Например, с помощью точных данных можно наглядно рассказать об изменениях в демографических параметрах или отобразить рост значений в промышленной/сельскохозяйственной сфере. Цифры перестают быть обезличенными, когда читатель имеет четкое понимание, к какому региону или области они принадлежат. Особенно, когда потребитель может представить себя в качестве одного из респондентов (например, когда статистика касается учета работников предприятия). Также статистика удобна для представления ее в визуальном формате, благодаря инфографикам, таблицам и рисункам.
5. **Освещение специфики региона.** Несмотря на общее название «региональные СМИ» каждое издание из этого сектора обладает собственной уникальностью, выделяющее его на фоне других. У редакции нет необходимости принимать участие в гонке за инфоповодами, затрагивающими население всей страны. Вместо этого, журналистам необходимо сфокусироваться на особенностях своего региона, на его сильных и слабых сторонах. Тогда издание не будет представлять формат «обо всем и ни о чем», а, наоборот, детально и информативно сможет освещать острые проблемы, культурные традиции и экономические ситуации, происходящие в рамках конкретной территории.
6. **Выстраивание доверительных отношений между читателями и журналистами.** Главная специфическая черта района состоит в том, что все про всех знают. Поэтому так важно наладить контакт между отправителем информации и ее непосредственным получателем. Читателю должно быть понятно, какие цели преследует издание, на какие ценности опирается и какими правилами руководствуется. Местные жители в работниках СМИ должны видеть профессионалов в своей области, готовых на постоянной основе предоставлять полезную и эксклюзивную информацию. Выстраивание доверительных отношений – ключ к успеху и налаживанию долгосрочных связей.
7. **Контролировать количество и качество рекламы.** Несмотря на финансовые трудности в региональных изданиях, редакции все-таки стоит следить за наполняемостью полос. Количество рекламы не должно превышать допустимые нормы, а рекламные материалы не должны подаваться как «истина в последней инстанции». Разработка и подготовка по-настоящему ценного и эксклюзивного контента

важнее наполнения полосы объявлениями о купле-продаже. Читательская аудитория приходит из-за контента, и в этом случае реклама может стать инструментом для улучшения его качества. Главное, делать это не с целью заработать, а удивить и заинтересовать читателя.

8. **Быть первыми информаторами эксклюзивной информации.** Самое ценное в региональных СМИ – локальные инфоповоды, о существовании которых, без работы журналиста, общественность может не узнать. Сообщать новости, которые не появились и, вероятно, не появятся в других изданиях, вот существенное преимущество местной прессы.
9. **Распространять информацию посредством разных платформ.** Сегодня даже весьма качественному изданию трудно оставаться на плаву, если оно не представлено в интернете. У читателя должна быть возможность потреблять контент с любой удобной для него площадки или платформы: будь то сайт или социальные сети. Причем контент не должен повторяться, тогда вероятность найти аудиторию из вне существенно увеличится.

Несомненно, работа редакции местных СМИ требует достаточного количества усилий, опыта и знаний. Команде журналистов необходимо комплексно подходить к исследованию рынка, на котором представлена газета, досконально изучать аудиторию и налаживать с ней связь. В таком случае результат усердной работы оправдает себя и окупится как с материальной, так и с профессиональной точки зрения.

Главное не забывать, что существенные изменения возможны лишь при условии соблюдения большего количества (если не всех) рекомендаций и одновременного исполнения наиболее важных из них. В данном случае не получится преуспеть, если в качестве стратегии будет выбран и использован только один совет рекомендательного характера. Для масштабных изменений должен быть использован максимум возможностей. Однако не забывать об основной функции издания – информировании, и уделять каждой из поставленных задач столько времени, сколько требуют сами задачи и сколько не навредит первостепенной цели.

2.2 Работа районного издания на интернет-площадках

А. А. Градюшко в своей научной статье отмечает: «Процесс цифровизации оказывает влияние на все сегменты медийной индустрии как в

глобальном, так и в национальном аспекте. Технологические изменения ставят вопросы о необходимости поиска новых инструментов создания журналистских текстов в цифровой среде» [8, с. 62].

Впрочем, с этим суждением нельзя не согласиться. В последние годы региональные СМИ стали все более популярными в интернете. Это связано с тем, что они предоставляют местным жителям актуальную информацию о событиях, происходящих в их регионе, в удобном для них формате и на привычной платформе.

Но не все так просто, наряду с преимуществами, у региональных СМИ на просторах интернета также присутствуют недостатки, с которыми редакции на постоянной основе приходится бороться. Так, у части изданий попросту нет достаточного количества ресурсов и кадров, чтобы оперативно получать информацию, а после обеспечивать ее качественную обработку и скорую публикацию. Помимо этого, конкуренты в лице крупных общественно-политических изданий, затрагивающих новостную повестку региона, также усложняют задачу предоставления эксклюзивной информации в срок.

Что неизменно, так это тезис о том, что будущее СМИ зависит от их конвергентности. В связи с этим редакциям малых региональных изданий следует на постоянной основе развивать мультимедийную составляющую своего СМИ. При этом им необходимо проводить процесс трансформации постепенно, без излишних надрывов и радикальных сроков. Аудитория не должна ощущать дискомфорт при потреблении информации только потому, что издание решило изменить формат вещания. Изменения нацелены на приобретение новой и сохранение старой читательской публики, и никак не на ее уменьшение.

Ярмоц А. А. в своей работе «Печатные СМИ Полоцка и Новополоцка в Интернете» заверяет: «До сих пор во многих региональных редакциях Беларуси сайт воспринимается как клон печатной версии газеты с незначительными дополнениями в виде актуального прогноза погоды, курса валют, расписания общественного транспорта. Но контент в этом случае чаще всего идентичен тому, который видим в «родительском» издании. Структура текстов, размещаемых на сайтах региональных газет, далеко не всегда соответствует уже устоявшимся правилам написания материалов для веб-СМИ, повторяя, как правило, структуру печатной публикации» [46, с. 40].

Пока что редакции газет предпочитают иметь собственный сайт, с адаптированной версией для просмотра на смартфонах и планшетах, страницы в социальных сетях (наиболее популярные из них – Instagram, Telegram, ВКонтакте), иногда продвигают PDF-версию издания для распространения подписки в электронном виде. Причем на сайте часто можно обнаружить «неполный» PDF-файл, где из страниц – только первая и последняя полоса.

Сделано это в качестве анонса материалов, чтобы заинтересованный пользователь решился на приобретение всего номера.

Сегодня уже не только передовые печатные СМИ стремятся занять свою нишу в интернете, а также получить все возможное из кроссмедийных технологий. Авторы, редакторы и учредители наконец-то приняли тот факт, что к Интернету следует относиться как к дополнительной высокоэффективной и перспективной площадке для работы.

Интернет и социальные медиа, в частности, сегодня представляют собой полноценное безграничное пространство для поиска, сбора, форматирования, хранения, а в последствии и распространения данных. Тем самым они являются определяющим фактором развития гражданского общества в информационной сфере. В этом случае региональные и районные газеты в первую очередь стремятся изучить и освоить технологические процессы, что приводит их к ориентиру, на который опираются другие СМИ этого или соседнего региона.

Перед редакциями стоит серьезная задача: им необходимо заниматься развитием контента в формате мультимедиа, после чего в органичном для них формате преобразовывать свое СМИ в конвергентное. Наличие этого статуса, как минимум, облегчит борьбу за поиск новой целевой аудитории.

При таких условиях СМИ, имеющее уникальный опыт процесса модернизации и использования новых моделей воздействия на читателя, вполне вероятно могут стать одним из инструментов формирования информационно-коммуникационной поддержки инноваций в обществе.

Процесс перехода традиционных СМИ в Интернет поспособствовал использованию технологических и коммуникативных ресурсов Сети, что открыло для изданий новые горизонты. В результате, изменился способ восприятия контента, а также увеличились масштабы распространения информации. При этом качество журналистских текстов осталось неизменными.

Таким образом, в процессе перехода прессы из печатной версии в электронную происходят следующие изменения:

– типологическое: изменения затрагивают тип издания, его формат не ограничивается исключительно печатным продуктом, а дополняется коммуникативными возможностями для аудитории (активные дискуссии пользователей в специальных разделах, возможность получить обратную связь от / с аудиторией);

– технологическое: появляется потребность в использовании гаджетов (планшета, смартфона) для просмотра электронной версии и освоение базовых навыков работы с сетевыми ресурсами.

А. А. Градюшко отмечал: «Причины низкой популярности сайтов районных газет – дублирование в интернете содержания печатных изданий, недостаточная визуализация контента, отсутствие мультимедийных элементов, размещение контента в социальных сетях без его соответствующей адаптации. Таким образом, содержательно-тематическая концепция сайта должна формироваться с учетом реальных проблем города. Избыток официальной информации не лучшим образом сказывается на посещаемости сайтов региональных медиа» [8, с. 59].

Однако интеграция районных изданий в интернет является важным шагом для их развития и увеличения аудитории. Для этого необходимо создать и на постоянной основе поддерживать качественный сайт, удобный для пользователей. Его интерфейс должен быть простым и понятным, что позволит пользователю быстро и легко находить нужную информацию. Для привлечения аудитории необходимо проводить активную рекламную кампанию. Это может быть реклама в социальных сетях, на радио или телевидении, а также различные акции и конкурсы.

Также важно выбрать, какую конкретно интернет-версию СМИ редакция хочет получить на выходе:

– эквивалентную копию печатных СМИ. При этом ожидать оригинальности от такого сайта не стоит. Он попросту копирует содержание издания. В онлайн-пространстве таких «дубликатов» огромное количество. В будущем их число будет сопоставимо количеству зарегистрированных СМИ. Таковы правила «игры» в современных реалиях: любая газета или журнал должны находить отражение в интернете.

– модифицированную интернет-версию. В этом случае эксклюзивность публикуемого контента значительно выше: авторы, если и копируют, то не все материалы, зато весьма активно заняты созданием и продвижением новых рубрик, проектов и разделов.

Сопоставляя между собой региональные издания печатного типа и их электронные аналоги, можно обнаружить основные сходства и различия по следующим пунктам:

Периодичность. В большинстве случаев частота выхода материалов в печатном издании и на сайте отличаются, даже если газета выходит ежедневно. Сайт имеет преимущество в виде обновления раз в пару часов или в режиме онлайн-потока новостей. На сайтах часто выходят под другим заголовком материалы, опубликованные ранее в газете. Скорость их выхода зависит от уникальности, актуальности и эксклюзивности контента. Поэтому по времени это может занять от дня и до нескольких недель. Редакторы также прибегают к использованию сайта и в рекламных целях: анонс нового выпуска или специальная вкладка «подписка» маячат перед глазами у читателя. А вот

полноценные PDF-версии газеты на сайтах публиковать не торопятся, архивы либо не обновляются, либо отсутствуют вовсе, взамен авторы предлагают поддержать издание приобретением нового номера.

Сотрудники. Из-за проблем с техническим оборудованием, нехватки бюджетных средств, а также постоянной дефицита сотрудников, одному и тому же журналистскому коллективу приходится выполнять двойную работу: на сайте и непосредственно в печатной версии издания. В то же время из-за необходимости специалистов, которые будут обслуживать сайт с технической стороны, к веб-сопровождению могут добавиться такие специалисты, как дизайнеры, программисты, маркетологи. Несомненно, наличие отдельных команд для каждой из версии издания упрощает работу всем. А значит большее количество сил, вдохновения и креативных решений может быть изобретено и применено на практике для каждого формата.

Оформление и дизайн. Газета – «прародитель» или образец для будущего макета сайта. Поэтому дизайнеры при разработке портала обращаются к уже «готовому» продукту. Фирменные цвета и оттенки, шрифтовые наборы, отличительные элементы (гербы, символы района, животное-талисман) не остаются незамеченными. Преимущественно текстовые материалы требуют простоты в чтении, поэтому используются шрифты в количестве 1-2 гарнитур. Наиболее важная информация, как и в газете, выделяется стандартизированным способом: обводкой или цветом. Заголовки отличаются по размеру от основного текста материала. Они призваны привлечь внимание и в нескольких словах заинтересовать пользователя кликнуть на материал для дальнейшего прочтения. Выбор оформления сайта также зависит от его позиционирования. Если редакционный отдел представляет сайт в качестве продолжения газеты, то, конечно, единый стиль и элементы должны присутствовать на веб-страницах, чтобы аудитория могла быстро распознать знакомое издание. Если же интернет-версия в большинстве своем наполнена самостоятельной информацией, не имеющей дублирования где бы то ни было, верным решением станет отделение «веб» от печати не только на уровне содержания, но и визуальных приемах, выгодно отличающих этот сайт от любого другого.

Визуализация. Самый действенный и распространенный способ иллюстрирования содержания материала – фотография. Фотографии в газете выступают важнейшим средством представлением информации. Они размещаются с первой полосы, задавая обложку новому выпуску, и также завершают выпуск. Схожая, пусть и со своими отличиями, форма представления контента и на сайтах. Технические возможности веб-страниц позволяют разместить в однотипном по содержанию материале видеоролик или аудиозапись, тем самым преимущественно выделить такую публикацию в

сравнении с печатной версией. Если размер газеты ограничен количеством полос, то возможности сайта намного шире. По этой причине появляются эксклюзивные рубрики «фотодень», «фоторепортаж», «видеобзор», «видеосводка». Все они способны вместить десятки, если не сотни единиц информации. Этим и пользуются авторы, публикуя дополнительные фотографии или выставляя на обозрение эксклюзивные видеоматериалы. Не менее популярны «фотоленты», представляющие собой несколько фотокарточек по одной теме и с небольшими комментариями журналиста: наглядно и информативно.

Интерактивность. Возможности сайта, которые не предоставляются аудитории газеты, – прямая онлайн коммуникация. Написать комментарий, отправить письмо напрямую в редакцию, оставить реакцию на только что прочитанную статью – все это доступно пользователю интернет-ресурса. Было бы несправедливо не отметить, что интерактивность и взаимодействие между читателем и автором имеет место и в печатном издании, однако скорость ответа и (или) реакции на поступившее сообщение существенно ниже. Если в печатных изданиях это «прямая линия», то на сайте – форум или комментарии. Новые форматы коммуникации с пользователями становятся важнейшими преимуществами веб-платформ. Интернет позволяет четче увидеть своего читателя, получить фидбек в краткие сроки, а также услышать о пожеланиях или предпочтениях посетителя сайта. Время пассивного чтения осталось позади. Сегодня читатель хочет вести диалог, высказывать свою позицию и реагировать на позицию другой стороны, с этим ему помогают средства мгновенной коммуникации.

Содержание. Как уже упоминалось ранее, в большинстве случаев контент интернет-изданий – копии газетных материалов с измененным заголовком и добавленными фотографиями, видео. Стиль повествования не отличается, а из дополнительного – небольшие инфоповоды, актуальность которых существенно снизится при выходе в свет через день или несколько. Сайт отвечает за оперативность, в то время как автор газеты, имея в распоряжении чуть больше времени, способен создать как, информационный, так и развлекательный и, при определенных ситуациях, аналитический материал. И пока в газетах до сих пор остаются метафорические, шутливые и художественные заголовки, публикации на сайте имеют информационный или повествовательный характер. Еще одной важной особенностью станет скорость прочтения материала на сайте и в газете. Читатель веб-ресурса потратит меньшее количество времени, чем читатель бумажного издания. Осознанность, с которой подходят к газете, существенно отличается от восприятия контента сайта через призму «информационного потока».

Реклама. А вот где в количественных показателях печатное издание берет верх, так это по количеству рекламы. В региональных газетах существуют полноценные развороты, посвященные объявлениям, «купи-продаже», предоставлением услуг и товаров. На сайтах же рекламодатели другие, как и их пожелания в рекламных интеграциях. Заработать больше через рекламу на сайте вместо газеты не получится. Рекламное место в газете все еще дорогое, а присутствие на онлайн-страницах некоторых рекламодателей и вовсе не волнует.

Выводы по главе 2:

1. В большинстве случаев тематическая направленность региональных медиа подразумевает собой: выполнение поручений, решение вопросов в регионе представителями власти, а именно местными органами управления; новости района; успехи в промышленности или сельскохозяйственной сфере; обновление программ по помощи населению; появление новых объектов инфраструктуры. Важно подчеркнуть, что в данных изданиях зачастую официальные информационные заметки преобладают над другими видами публикаций. Поэтому необходимо соблюдать баланс тематики материалов, чтобы не переутомить читателя. Для привлечения аудитории районные издания придумывают различные социальные инициативы и интерактивные проекты (например, конкурсы). К тому же особый эффект на потребителя оказывают материалы-истории, а не простое освещение актуальных событий района. Тема – это важнейший этап при создании журналистского произведения. Первое, что должен сделать журналист регионального издания, чтобы завоевать внимание читателя – это найти проблему (провести опрос населения, мониторинг условий и качества жизни в районе), затем обнаружить причину ее возникновения и предложить способы ее возможного решения в материале. Корреспондент обязан освещать все главные события региона. Чтобы преподнести контент в легкой и доступной форме для массовой аудитории можно использовать цифры, а именно инфографику, графики, схемы, рисунки. Рекламные объявления не должны занимать много места на полосах, читателя интересуют местные инфоповоды. Нужно не забывать про размещение контента на различных площадках, а также про налаживание активной коммуникации с аудиторией.

2. Постепенно сайты из зависимого от редакции ресурса, превращаются в самостоятельное медиа со своими принципами и рабочей политикой. Порталы снабжены современной технической базой, а их обслуживанием

занимаются молодые сотрудники, что существенно влияет на качество готового информационного продукта: публикуется меньше рекламы, вместо этого ресурс наполняется дополнительными фото- и видеоматериалами, создаются специализированные разделы с архивами печатных выпусков, а также внедряются способы прямого взаимодействия с аудиторией разного возраста. Веб-версии региональных СМИ сегодня – продукт-отражение печатного издания. Когда же пользователи начнут чаще пользоваться интерактивными функциями, а редакции будут придумывать специальные материалы для большего взаимодействия, сайты смогут претендовать на что-то отдельное, пусть и выходящее из одного «прародителя». Печатные СМИ, в свою очередь, имеют возможность оставаться конкурентноспособными, добавив в описание к своему изданию – «конвергентное». Таким образом, можно сделать выводы, что редакторы и журналисты понимают преимущества и тонкости конвергентных СМИ: цифровизация несет развитие и видоизменения, а не застой и риски потери постоянной аудитории. Поиск новых форм представления привычной периодической печати района является одним из способов поддержки издания.

ГЛАВА 3

ЖАНРОВОЕ И ТЕМАТИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ ГАЗЕТ «УЗВЫШША», «КРУПСКИ ВЕСНІК», «КРАЙ СМАЛЯВІЦКІ»

3.1 Жанрово-тематическая структура газеты «Узвышша»

На протяжении 94 лет газета «Узвышша» информирует о самом актуальном и необходимом для жителей Дзержинщины. Печатное издание своевременно и, что немаловажно, опираясь на достоверные источники данных, предоставляет информацию о жизни района во всех направлениях. Газета рассказывает о выдающихся личностях, представителях совершенно разных профессий, проясняет темы, связанные с экономикой, политикой и социальной сферой, откликающихся у читателя.

В газете можно обнаружить разнообразные сведения, факты и статистические данные, что делает издание привлекательным для аудитории различных возрастных групп. «Узвышша» выходит один раз в неделю, в пятницу. Объем составляет 16 полноцветных страниц.

Длительное время газета называлась «Сцяг Кастрычніка», но в марте 2011 года произошли изменения, и издание стало называться «Узвышша». Спустя 6 лет, в 2017 году газета стала частью медиа-холдинга «Минская правда» [28].

На сегодняшний день региональная пресса Республики Беларусь представляет собой динамично развивающийся информационный сегмент медиапространства страны. Выполняя различные функции, первостепенная из которых – информационная, районные СМИ вносят непосредственный вклад в формирование общественного мнения и развитие гражданского общества.

На примере жанрово-тематического анализа содержания выпусков газеты «Узвышша», можно сделать следующие выводы:

1. Жанровая структура издания:

Преобладание информационных жанров. Информационные заметки (в том числе и расширенные), репортажи, отчеты, интервью и письма читателей в большей степени наполняют полосы газеты. Причина тому – необходимость в оперативном информировании населения в лице читателей о событиях, которые происходят прямо сейчас в регионе.

Заметки в кратком и расширенном виде охватывают политическую, духовную, социальную, экономическую сферу жизни общества. Интервью используется журналистами с целью раскрыть собеседника для читателя, предоставить ценную информацию из «первых уст» высокопоставленного должностного лица или специалиста, а также в наибольшей степени

персонализировать материал. Отчеты позволяют «сухо» и без излишних усилий рассказать об итогах «прямых линий», заседаний и депутатских встреч. А обращения и поздравления представителей различных учреждений и организаций напрямую адресованы к читателю, без посредников и субъективной оценки.

В качестве примеров станут следующие материалы:

«Выбор сделан» (06.03.2024 г.) – информационная заметка об итогах единого дня голосования в Дзержинске; «Женственные танцы на пилоне» (06.03.2024 г.) – интервью с руководителем первой в Дзержинске студии role dance; «Встречаем победу» (08.05.2024 г.) – репортаж с областного велопробега; «С Афганом в сердце» (14.02.2024 г.) – интервью с офицером пограничных войск; «Есть чему стремиться» (28.02.2024 г.) – отчет об итогах соцэкономразвития Дзержинского района за 2023 год; «Прокурорский класс» – репортаж с открытия профильного правового класса на базе гимназии; «В единстве к созиданию» (28.06.2023 г.) – информационная заметка о мероприятиях на День Независимости и праздник города; «Будущее – за городами-спутниками!» (28.04.2023 г.) – информационная заметка о рабочей поездке председателя Совета Республики Национального собрания Натальи Кочановой и председателя Минского облисполкома Александра Турчина.

Активное использование аналитических жанров. Статьи, обзоры, комментарии, корреспонденция и журналистские расследования позволяют журналистам не только осмыслить происходящие события и явления, но и выявить их причинно-следственные связи, а после предоставить читателям разные точки зрения. Субъективное мнение автора, последовательно изложенная аргументация, выводы – фундамент аналитических жанров. В отличие от информационных, они характеризуются более глубоким изучением и, в последствии, осмыслением проблемы. Аналитические материалы отвечают читателю на вопросы «Как?», «Почему» и «С какой целью?».

Примерами станут следующие журналистские работы: «Выпили, покурили, уснули» (23.11.2022 г.) – корреспонденция-расследование с целью разобраться, кто должен отвечать за безалаберность и игнорирование правил пожарной безопасности; «Виват студентам» (24.01.2024 г.) – статья о выпускниках-стобальниках; «Помощь всегда рядом» (24.01.2024 г.) – обзор работы сельского ФАПа; «Первые во всем» (13.03.2024 г.) – статья о том, почему детский сад №1 в Дзержинске стал лучшим в Беларуси; «Нам утром нужен автобус!» (03.04.2024 г.) – корреспонденция о пересмотре расписания общественного транспорта; «Райпо vs частник» (24.12.2021 г.) – обзор магазинов в поиске их преимуществ для сельского клиента; «Конституция в режиме правды» (31.12.2021 г.) – обозрение диалоговой площадки с

парламентарием Андреем Савиных; «Где врачи? Болит душа!» (09.08.2023 г.) – комментарий о наболевших вопросах к руководству Дзержинской ЦРБ.

Слабое развитие художественно-публицистических жанров. Занимающие наименьшую объемную часть в издании, однако, все еще имеющие шанс на развитие, сатирические комментарии иногда появляются на страницах газеты «Узвышша». В этом случае, с целью обратить внимание читателя на проблему, журналист обращается к художественно-выразительным средствам для усиления критического эффекта.

Например: «Кому разгрести мусор?» (12.07.2023 г.) – комментарий о существующей проблеме: стихийных свалках; «Реки нечистот и мусорная свалка» (24.05.2023 г.) – материал, посвященный проблеме загрязнения окраины Дворища; «Девятый вал накрыл «Арсенал» (25.05.2022 г.) – ироничный комментарий о серии проигрышей и слабой игре «канониров» в высшей лиге; «Отпуск на валидоле» (17.01.2024 г.) – критический материал о начале подготовки «Арсенала» к чемпионату Беларуси в высшей лиге.

В целом же, можно с уверенностью сказать, что жанровый приоритет газеты отдан информационным материалам (заметкам и интервью). В свою очередь, метафоричность и поэтичность, в большинстве своем, находят отражение разве что в заголовках к статьям.

Как уже было не раз сказано, региональные газеты имеют отличительную особенность – освещение событий, происходящих на ограниченной территории. Однако в случае с общественно-политическими процессами, ограничение внимания на местном уровне могут нести за собой негативные последствия. Так, отсутствие активного сопоставления достижений региона с национальными приводит к снижению стандартов по оцениванию работы. А освещение деятельности местных организаций и предприятий попросту обретает рекламный характер, лишенный аналитической глубины. Примеров таких материалов достаточно:

В. Уранов «Новые точки роста. В районе ширится профсоюзное движение» (22.10.2021 г.) – о вручении регистрационных свидетельств новым лидерам профсоюзных организаций; А. Лейченко «Противопожарная тревога» (12.02.2021 г.) – о семинарах смотровых для комиссий, который прошел в Дзержинске; В. Куликовская «Женский вклад в общий каравай» (23.07.2021 г.) – о чествовании тружениц села, участвующих в сборе урожая; В. Уранов «От всей души» (11.01.2023 г.) – о представителях общественных организаций, которые посетили ветерана-блокадницу Галину Данишевскую; А. Дуденкова «Золотой рекорд» (31.08.2022 г.) – о поздравлении комбайнеров, которые первыми на Минщине намолотили 6 тысяч тонн зерна; «Есть о чем вспомнить» (28.12.2023 г.) – сельсоветы о том, как для них прошел 2023-й год;

«Потрудились на славу!» (20.03.2024 г.) – о поздравлении лучших работников Дзержинщины 2023 года.

В газете «Узвышша» абсолютное большинство публикаций посвящены социальной сфере. При этом приоритетность проблематики в социальной сфере меняется на протяжении года, однако ведущими остаются следующие:

– здравоохранение: «Операция “Вакцинация”. Дзержинских медиков прививают от COVID-19» (29.01.2021 г.) – материал, повествующий о массовой вакцинации медицинского персонала против коронавируса; «В гости к будущему» (25.05.2022 г.) – статья о новом профориентационном проекте, что стартовал в районе; «Медпомощь с доставкой» (15.06.2022 г.) – материал, рассказывающий о пилотном проекте Министерства здравоохранения на территории Дзержинского региона; «Лекарство от рака» (14.02.2024 г.) – практические советы о том, как самостоятельно защитить себя от страшной болезни.

Вопрос здоровья всегда актуален для населения, в частности, для групп лиц преклонного возраста (а они и являются основными потребителями контента местных СМИ). Период, который я охватываю для исследования, богат на новые проекты, разработки и даже проблемы в сфере здоровья. Так, после начала эпидемии COVID-19, большая часть материалов была посвящена борьбе с ним (причем как в региональных, так и областных и городских изданиях).

Журналистика и журналисты откликаются на темы, волнующие население прямо сейчас, это, в свою очередь, увеличивает доверие и признательность аудитории. Например, освещение заболеваний и эпидемий – «Добрый доктор Айковид» (22.10.2021 г.); «Есть контакт» (11.05.2022 г.); «Недетская защита» (26.01.2022 г.). Популяризация здорового образа жизни, правильного питания, физических упражнений – «И старость в радость» (28.09.2022 г.); «Лет до ста» (6.08.2021 г.). Медицинские новости, в которых сообщают о новых методах лечения, диагностики заболеваний, рассказывают о новых медицинских технологиях – «Пока еще не поздно» (26.09.2021 г.); «Агрессивно и массово» (26.09.2021 г.); «Высокотехнологичная помощь стала ближе» (21.09.2022 г.); «Помощь всегда рядом» (24.01.2024 г.).

– борьба с преступностью, сводки о ЧП и криминальных событиях, работа органов. Темы, актуальности которых нет срока давности. Читателю хочется быть в курсе всех громких дел, знать о последних преступлениях и иметь возможность обезопасить себя:

«Выпили, покурили, уснули» (23.11.2022 г.) – заметка о виновных в ситуации возникновения пожара; «Никакой чрезвычайщины» (11.03.2022 г.) – материал о повестках, что приходят военнослужащим запаса; «Охрана на высоте» (16.02.2022 г.) – заметка о лучших подразделениях Департамента

охраны МВД РБ по результатам работы за год; «Я не быдло. Я – мама» (10.01.2024 г.) – аналитический комментарий о лишении родительских прав.

– социальное обеспечение. Помощь во всех ее проявлениях и на разных уровнях: «По маршруту заботы» (16.03.2022 г.) – статья, приуроченная к празднику Всемирного дня социальной работы; «Много детей, подарков, счастья» (31.12.2021 г.) – материал-поздравление многодетной семьи с наступающими праздниками; «Перспективное место жительства» (21.12.2022 г.) – заметка о желающих переехать в Фаниполь; «Большое счастье в большой семье» (12.10.2022 г.) – материал, посвященный Дню матери; «Дойти до каждого» (05.01.2024 г.) – заметка о новогодней акции «Наши дети».

– образование. Пик популярности эта сфера набирает к началу и концу учебного года. Местные жители готовят своих детей к поступлению или уже к выпуску из учебного учреждения, поэтому материалы спешат помочь определиться с выбором профессии, местом учебы и (или) дальнейшими планами:

«Молодые, талантливые, творческие» (05.10.2022 г.) – статья о выпускниках университета, распределившихся в Дзержинский район культуры и народного творчества; «Снова в школу» (07.09.2022 г.) – материал о девушках, что вернулись на малую родину для работы в средней школе в Дзержинске. Особенность таких журналистских текстов состоит в том, что авторы показывают будущим поколениям и всем заинтересованным, что нет ничего страшного в том, что отработка проходит не в Минске. Главное, чтобы тебе, как профессионалу, нравилось свое дело, а хороший коллектив везде найдется, «Учеба, спорт и креатив» (28.12.2023 г.) – статья об ученике года Дзержинского района 2023; «Виват студентам!» (24.01.2024 г.) – материал о выпускниках стобалльниках: прелестях и трудностях студенческой жизни.

– искусство. Сегодня культурная жизнь представляется как череда проектов, событий, стендапов или фестивалей, конкурсов, праздников, что несомненно отражается в материалах региональной прессы, на их жанровых и стилистических особенностях. Культурная тематика – это, в основном, освещение праздничных событий: «Общая победа» (28.09.2022 г.) – материал о результатах конкурса «», где Дзержинск взял первое место в соревновании хлеборобов Минщины; «Дом, в котором живет праздник» – заметка о праздновании 40-летнего юбилея Дома культуры (02.11.2022 г.); «Дети рисуют добро» – статья о подведении итогов конкурса Красного креста среди школьников. Духовная и материальная культура являются неотъемлемой частью жизни современного человека, поэтому в СМИ регулярно появляются материалы на данную тематику.

– спорт. Эта тема встречается практически в каждом выпуске газеты. Местные чемпионаты и мероприятия, кубки и активности – все освещается по мере проведения: «Футбольная зима закончилась» (11.01.2023 г.); «Быть или не быть?» (23.11.2022 г.); «Сотворили сенсацию» (20.07.2022 г.); «We are the champions!» (19.11.2021 г.); «Жизнь в танце» (10.01.2024 г.). Поддержка команды города, анонсы матчей, сводки последних событий и афиши будущих мероприятий можно найти на страницах издания.

Не проходит мимо издания и темы, связанные с политикой и экономикой как на уровне страны, так и на уровне района. О важных событиях региона или республики читатель всегда узнает еще с первых полос.

– политика. Политической проблематике в «Узвышша» посвящено не так много от общего числа анализируемых статей. Большая часть материалов связана с деятельностью институтов власти, а остальные с электоральными процессами. Так, например, «Громкие назначения, громкие процессы» (29.01.2022 г.) – заметка о принятых президентом страны кадровых решениях; а материал «Хозяин на земле должен быть» (12.02.2021 г.) рассказывает о главных выводах с VI Всебелорусского народного собрания. А в материале под названием «Мы идем голосовать» (21.02.2024 г.) отражены выборы депутатов в единый день голосования.

Стоит отметить, что количество материалов на тему политики варьируется по месяцам. Как только на законодательном уровне происходят изменения, проходят собрания или встречи, отражение сразу же получает на первых полосах издания. Если же столь значимого инфоповода не было, то место занимает более бытовое, но не менее актуальное для читателей содержание.

– экономика. Экономическая тематика занимает примерно третью часть. В ее структуре материалы посвящены проблемам сельского хозяйства: «Будем с хлебом» (21.09.2022 г.); промышленности «Город не сразу строится» (26.11.2022 г.); «На шаг вперед» (20.03.2024 г.); строительства «Дорожный просвет» (29.10.2021 г.); «Храмы глубинке нужны» (07.02.2024 г.); торговли и сферы услуг «Регистрировать землю и платить на таможне станет проще» (05.03.2021 г.); общим вопросам экономического развития региона (занятость и безработица, базисные показатели доходов и расходов) «Есть позитивные тенденции» (27.07.2022 г.). Следует отметить, что в рассматриваемый период в газете отсутствовали в экономической проблематике материалы по деятельности коммунального хозяйства и банковской системы в регионе.

Освещение международных событий в региональных СМИ обычно сводится к предоставлению кратких новостных сообщений. И, к сожалению, редко предпринимаются попытки глубже исследовать суть явления, раскрыть

его важность для аудитории: «По путям Памяти» (13.07.2022 г.) – материал о международном проекте и участия в нем школьников Дзержинска.

В качестве основных героев, спикеров и действующих лицах выступают различные категории граждан. Среди них: чиновники местной и областной администрации, депутаты, сотрудники предприятий и организаций, к которым обращаются журналисты не из-за личного интереса, а из-за возможной предоставленной информации, которая доступна таким героям по причине занимаемой ими должности, местные жители, отметившиеся достижением в спортивной, культурной или духовной сфере. И каждый раз причина выбора того или иного человека – уникальна.

3.2 Особенности освещения темы экономики, политики, спорта в газете «Крупскі Веснік»

«Крупскі веснік» – одно из старейших изданий Минской области, с богатой историей, насчитывающей более 11 000 выпусков с момента первого номера от 30 сентября 1931 года. Возникшая в эпоху коллективизации, газета «Камуністычны шлях» являлась отражением своего времени. Изначально она выходила на двух страницах. В настоящее время «Крупскі веснік» – это общественно-политическое издание Крупского района, учредителем которого выступает Крупский районный исполнительный комитет. Газета выходит два раза в неделю и распространяется на территории города Крупки и Крупского района. Должность главного редактора занимает Бородавко Марина Николаевна [26].

Для начала рассмотрим жанровое разнообразие данного издания:

1. Информационные заметки. Преимущественно краткие сообщения о событиях, произошедших в регионе, которым характерна фактологическая насыщенность. Это наиболее распространенный жанр в издании, хотя бы по причине большого количества скопившихся новостей, несмотря на периодичность выхода дважды в неделю. Заметки затрагивают все сферы жизни рядового читателя: начиная от политики и заканчивая социальными инициативами и спортивными сводками. Четко, кратко (иногда с разъяснениями) авторы «насыщают» информационное пространство любого, кто взял газету в руки.

В качестве примеров приведу следующие материалы: «Опыт стратегического планирования» (27.04.2024 г.) – заметка о VII Всебелорусском народном собрании, состоявшемся 24-25 апреля; «Прихорашиваются и населенные пункты» (27.03.2024 г.) – материал о

прошедшем субботнике; «Электоральная активность» (17.02.2024 г.) – заметка о работе пикетов общественных организаций; «Марафон добра» (06.01.2024 г.) – информация о продолжающейся акции «Наши дети»; «Аграрии убирают кукурузу» (13.10.2021 г.) – заметка о пахотных мероприятиях; «Масштабы проектов» (11.09.2021 г.) – информационная сводка о посещении Крупского района председателем Минского облисполкома Александра Турчина; «Футбольные баталии» (11.02.2023 г.) – итоги личных встреч за чемпионский титул в районном первенстве.

2. Репортажи. Материалы с места событий, в обязательном порядке подкрепленные фотографиями. Охватывают наиболее интересные локальные мероприятия: культурные праздники и концерты, общественно-политические встречи, местные соревнования. В отличие от репортажа на интернет-портале, где его оперативная публикация является основным и чуть ли не единственным преимуществом, перед автором репортажа для газеты стоит задача более сложная – переместить читателя в событие, актуальность которого вероятно прошла, используя только слова и ограниченное количество фотографий.

И как бы ни казалось эта затея спорной, по количественному составу репортажи занимают второе место, слегка опережая жанр интервью: «Любить свой край» (17.04.2024 г.) – репортаж с места посадки лесных культур в рамках акции «Аднавім лясы разам»; «Город наш красивым будет» (10.04.2024 г.) – фоторепортаж с субботника; «Обновление весны» (24.04.2024 г.) – материал прямиком с субботника на мемориале памяти Героя Советского Союза Василия Чеботарева; «Двери открыты» (23.12.2023 г.) – с фотографиями о том, как в Крупском РОВД школьников познакомили с профессией милиционера; «Гуляй, Масленица!» (13.03.2024 г.) – репортаж с праздника в честь проводов зимы; «Венец творенья» (13.03.2024 г.) – развернутый репортаж со встречи-поздравления женщин со стороны председателя Крупского райисполкома Анатолия Козела, «Хорошая традиция» (24.02.2024 г.) – материал с тремя фотографиями по теме единого дня голосования; Дружной белорусской семьей (02.03.2022 г.) – также репортаж с выборной кампании, проиллюстрированный четырьмя фотографиями.

3. Интервью. Третий по популярности, но первый по размерам информационный жанр. Необходимость в интервью объясняется просто: местные жители знают или должны знать всех должностных лиц, победителей конкурсов и мероприятий, а также активных и продуктивных работников предприятий и организаций. Интервью позволяют жителем одного района детальнее узнать друг о друге, а спустя некоторое время, и вовсе, стать главным героем разговора в формате «Вопрос-ответ». В газете интервью можно встретить как в сжатом, так и развернутом (на две полосы) формате.

Все зависит от темы, главного лица разговора и количестве вопросов, предусмотренных для героя.

Примеры следующие: «Так многогранна красота» (05.03.2022 г.) – интервью с молодым педагогом СШ №3 города Крупки Яной Швед, «Дело чести» (23.02.2022 г.) – разговор с военным, майором Андреем Булыга накануне праздника Дня защитников Отечества; «С двойкой впереди» (24.08.2022 г.) – интервью с водителем ОАО «Холопеничи» Вадимом Глинчиком, он достиг рекордного рубежа по тысячной шкале; героями интервью могут быть люди абсолютно разного возраста и профессий, так в материале «Заветная цифра – 100» (13.07.2022 г.) выпускница гимназии Анастасия Бабак стала обладательницей сертификата по ЦТ с максимальным количеством баллов; а Александр Сироткин – герой интервью «Служу – Родине» (22.02.2023 г.) рассказывает читателю про срочную службу и дальнейших планах; интервью с 11-классницей городской СШ №3 Ольгой Дранговской раскрывает личность девушки через ее победу в конкурсе «Ученик года Минщины» в номинации «Учебная деятельность»; о первом комбайнере-стотысчнике рассказывает материал «Когда дело задело» (12.08.2023 г.); «Буду Родины солдатом!» (21.02.2024 г.) – интервью с курсантом 2 курса Военной академии Республики Беларусь факультета ракетных войск и артиллерии и ракетно-артиллерийского вооружения.

4. Статьи, отчеты, корреспонденции, комментарии и обзоры хоть и в меньшем объеме и количестве, все-таки присутствуют в издании. Статьи преимущественно посвящены темам, связанным с культурой и социальной сферой региона, отчеты находят отражение на страницах газеты после выборных кампаний, «прямых линий», «круглых столов» и прочих общественно-политических мероприятий. В корреспонденции и комментарии журналист пробует рассмотреть проблему с разных ракурсов, а после предоставляет возможность самому читателю взглянуть на ситуацию под другим углом или с дополнительными сведениями. Обзоры – редкий гость газеты «Крупскі Веснік», однако если редакция решает пустить их в ход, то они занимают приличный объем на газетной полосе.

В качестве примеров привожу следующие материалы в разных жанрах:

«Уваскрэсенне Езуса Хрыста – падмурак нашай веры» (30.03.2024 г.) – статья, посвященная христианскому празднику Пасхе; «Годость Крупщины» – отчет об итогах работы народнохозяйственного комплекса района за 2023 год; «Радиус действий» (02.03.2024 г.) – комментарий по теме проблемных вопросов жителей Минской области; «Праздничная атмосфера» (11.11.2023 г.) – обзор подготовки к Новому году в Крупском ЦДТ; «Гаджет книгу не заменит» (13.09.2023 г.) – статья о читательских предпочтениях среди современных детей; «Вместо гаджетов» (20.08.2022 г.) – отчет о

предоставленных занятиях по интересам для школьников в ЦДТ; «Щит для здоровья (27.10.2021 г.) – обзор нового аппарата в помощь пациентам со сниженной сатурацией.

Как и в предыдущей газете, материалы социальной тематики в «Крупском весніке» популярны больше всего. Журналисты стараются охватить все сферы социальной жизни города Крупки и Крупского района:

– образование. Часто на страницах газеты можно встретить материалы, рассказывающие об успехах школьников и студентов: «Умники и умницы» (28.01.2023 г.) – заметка о турнире интеллектуалов; «Победа» (24.03.2021 г.) – материал о конкурсе МЧС; «Школа – это целый мир» (03.09.2022 г.) – традиционная статья о начале учебного года; «Азбука гражданина» (07.02.2024 г.) – развернутая информационная заметка о том, как активисты БРСМ в интерактивной форме изучают избирательное право.

– медицина. Часть материалов рассказывает о положении здравоохранения в районе: «Чтобы рейс был безопасным» (04.08.2021 г.) – заметка о санитарно-эпидемиологическом контроле; а также о событиях за его пределами: «Берегите себя и своих близких» (24.03.2021 г.) – заметка о Всемирном дне борьбы с туберкулезом; «Зима диктует правила» (10.01.2024 г.) – комментарий специалиста о том, каким правилам следует придерживаться во время долгого пребывания на морозе.

– наука: «От IT-технологий до лимонов-гигантов» (28.01.2023 г.) – статья о выставке «Беларусь интеллектуальная»; «Пользуется спросом» (19.11.2022 г.) – о разработке новых видов сыра; «На пути в изобретатели» (20.01.2024 г.) – интервью с 10-классником, который получил почетное звание «Ученик Минщины» за разработку модели 3D топора и беспилотника для мониторинга сельхозугодий.

– искусство: «Фейерверк талантов» (30.11.2022 г.) – материал про прошедшую «Минуту славы» для воспитанников детской школы искусств; «Мир и добро» (02.11.2022 г.) – о грядущем фестивале «Кладезь»; «Дзеці Коласа чытаюць» (02.11.2022 г.) – 140-летний юбилей со дня рождения поэта Беларуси; «Волшебство начинается» (28.12.2021 г.) – заметка о фэсте Дедов Морозов и Снегурочек, «Спектакль про осознание» (17.01.2024 г.) – информационная заметка о спектакле «Чучело», который в исполнении крупчан завоевал победу в международном конкурсе.

Сегодня, в большинстве своем, культурная проблематика в региональных СМИ в значительной степени определяется общественно-политическим вектором изданий. Изменения, которые происходят с тематикой, жанрами и концепциями, здесь не такие существенные, т.к. для районных СМИ важны традиции и принципы литературного языка.

Однако переход к представлению культуры через визуальные образы неизбежен даже для региональных изданий. Содержание постепенно уходит на второй план, а доминирующим становится компонент «зрелищности». Уже нельзя представить освещение культурно-массовых мероприятий, концертов, фестивалей без фотографий в газете или видео-контента на сайте и в социальных сетях.

Необходимость в фотографии касается и темы спорта: продемонстрировать спортсменов, наиболее драматичные или напряженные моменты соревнований, а также радость участников от победы. В каждом номере журналисты стараются делиться со своими читателями спортивными новостями:

«Сноровка и тренировка» (28.12.2022 г.) – итоги крупских спортсменов; «Ну-ка, братцы, на коньки!» (07.12.2022 г.) – заметка о начале работе пункта проката зимнего спортивного инвентаря; «Быстрее, выше, сильнее» (24.03.2021 г.) – поздравление легкоатлета, заработавшего серебро на республиканских стартах; «О, спорт – ты жизнь!» (27.07.2022 г.) – статья о крупских легкоатлетах. По большей части, материалы на спортивную тематику преследуют не только цель информирования населения о результатах или планируемых мероприятиях, но и цель – пропаганды здорового образа жизни, который так необходим современному человеку (особенно, молодежи).

– социальное обеспечение. Благотворительные акции, награждения, премии и социальные выплаты отражаются на страницах «Крупскага весніка»: «Новый год уже в пути» – статья о благотворительной акции «Наши дети»; «В школу с добрым сердцем» (04.08.2021 г.) – акция БРСМ;

– право: «Что делать, если соседи шумят?» (28.01.2023 г.) – советы тем, кто столкнулся с такой ситуацией; «Смени шины у своей машины!» (26.11.2022 г.) – требования ПДД к зимнему сезону; «Дополнительный контроль» (04.08.2021 г.) – про комплекс мероприятий, направленных на предупреждение противоправных действий; «Дружим с законом» (24.03.2021 г.) – о межведомственной профилактической акции. Это материалы свидетельствуют о том, что журналисты районной газеты стремятся повышать правовую грамотность населения.

В газете также присутствуют материалы по интересам: «Вот это улов!» (28.01.2023 г.) – заметка о крупчанине, что словил щуку весом более 7 килограмм; «Праздник к нам приходит» (07.12.2022 г.) – советы и рецепты к Новому году; «Службе – 70 лет» (29.10.2022 г.) – поздравление сотрудников Департамента охраны; «Одним словом – позитив» (04.08.2021 г.) – статья про участников турслета.

Также в социальной тематике можно выделить категорию «Другое». В ней – интервью с музыкантами, художниками, ветеранами, учителями,

историками, которые вызывают у читателей большой интерес: «Весомый вклад в развитие района» (19.11.2022 г.) – публикация о земляках, внесших вклад в развитие Минщины; «Макаров держит марку!» (13.08.2022 г.) – поздравление «тысячника»; «В огонь и в воду» (23.07.2022 г.) – интервью с лейтенантом внутренней службы.

Журналисты газеты уделяют большое внимание раскрытию приоритетных тем и проблем, волнующих жителей района, пишут развернутые материалы на разные темы, о разных людях – тружениках села, руководителях производства, молодежи, соотечественниках, проживающих за городом. границах родной страны. О праздниках и буднях района, о работе школ, учреждений культуры, предприятий.

Анализируя материалы социальной тематики в региональной прессе, я делаю вывод, что авторы ставят перед собой амбициозную задачу: не просто информировать читателей, но и вовлечь их в активный диалог, побудить к действию. Журналисты не ограничиваются констатацией проблем, они еще подчеркивают, что каждый человек может внести существенный вклад в их решение, тем самым повышая уровень гражданской активности. Для достижения этой цели журналисты прибегают к различным приемам: иллюстрируют публикации фотографиями, излагают информацию не только через сухие факты, но и через призму собственных эмоций и переживаний.

Деятельность журналиста регионального издания в том числе неразрывно связана с освещением экономических событий. В этой связи крайне важно, чтобы журналист, специализирующийся в данной теме, обладал глубоким пониманием экономических процессов, принципов построения государственной политики, а также стратегий бизнеса и общественных институтов в этой сфере. Экономическая проблематика в районной газете охватывает несколько основных тематических направлений:

– положение в агропромышленном комплексе: «За рулем – водитель-тысячник» (04.08.2021 г.); «Стимул и поддержка» (04.08.2021 г.), «Честь по труду» (20.11.2021 г.); «Кто не сеет, тот не жнет» (02.10.2021 г.) – сводки о количестве засеянных озимых зерновых. В период сезонных работ сумма таких материалов значительно возрастает.

– экономическое развитие региона: «Трудом красив и славен человек» (24.03.2021 г.); «Труд сорта “Экстра”» (20.11.2021 г.) – результаты региона в области животноводства; «Весомый каравай» (03.09.2022 г.) – результаты крупных аграриев.

– функционирование торговли и сферы услуг: «Мониторинги продолжаются» (29.10.2022 г.) – материал о торговых надбавках; «Со знаком плюс» (20.11.2021 г.).

Большое внимание на страницах газеты посвящено вопросам экономического положения, традициям, инновациям и перспективам местной промышленности. Интересно представлены даже такие деловые и официальные материалы, как отчеты с совещаний по экономическим вопросам, отчеты с экономических семинаров и форумов. Продвигается опыт лучших рабочих коллективов, критикуются недостатки и просчеты в деятельности отдельных организаций и их руководителей. Журналисты редакции «Крупскі веснік» постоянно стремятся всесторонне осветить реалии жизни на страницах газеты, сделать ее содержательной и интересной для читателей, подробно рассказать о деятельности каждой ветви государственной власти, затронуть по вопросам экономики, культуры, духовности и общественной жизни.

Все самые интересные и важные политические новости «Крупскі веснік» публикует на первых полосах газеты. Чаще всего журналистами издания затрагивается тема политических институтов: «Уникальный национальный опыт» (29.10.2022 г.) – материал о Всебелорусском народном собрании; «Сверили часы» (04.08.2021 г.) – актуальные вопросы общественно-политической обстановки; «Беларусь помнит» (24.03.2021 г.) – о поездке президента страны в Хатынь. Намного меньше редакция газеты публикует статьи патриотического характера: «Верность и честь» (09.11.2022 г.) – празднование 105-ой годовщины Октябрьской революции.

Будет важным отметить, что авторы журналистских материалов на политическую тематику, как правило, отказываются от эмоционального окрашивания своих текстов. Главной особенностью подачи политической информации в газете является ее нейтральность и беспристрастность. Журналисты опираются исключительно на факты, предоставляя читателям возможность самостоятельно делать выводы.

3.3 Специфика жанров и приоритетная проблематика газеты «Край Смалявіцкі»

«Край Смалявіцкі» – общественно-политическая газета Смолевичского района. Издается с 16 мая 1931 года. Учредителем газеты является Смолевичский районный исполнительный комитет. Газета выходит два раза в неделю на русском и белорусском языках и распространяется в городах Смолевичи и Жодино, а также по всему Смолевичскому району [33].

На страницах газеты находят отражение темы, волнующие жителей Смолевичского района: экономика, повышение эффективности труда,

патриотическое воспитание молодежи, популяризация семейных ценностей, образование, здравоохранение. Материалы издания отличаются вдумчивым подходом, глубоким анализом проблем и искренней любовью к Родине и соотечественникам.

Газета выходит на русском и белорусском языках, что делает ее доступнее для более широкой аудитории. Коллектив журналистов выпускает 24-полосное цветное издание еженедельно (по пятницам).

После изменения редакционной политики в 2023 году, издание изменило внешний вид, содержание номеров нетронутым не осталось. Пул журналистов газеты «Край Смалявіцкі» пишет, в том числе, и на проблемные темы, не забывая при этом о региональной повестке.

С целью выяснить, какими именно способами и средствами журналисты районного издания предоставляют информацию своим читателям, начну с анализа жанров газеты.

Явное преобладание информационного жанра, представленного посредством заметок, интервью, репортажей и отчетов. Материалы, основанные на фактах, служат основой для анализа и размышления о социально-экономическом, политическом и культурном развитии региона. Читательская аудитория способна использовать предоставленную информацию как фундамент в построении собственного мнения о происходящих процессах.

«Это земля твоя и моя» и «Разделяйкины» (01.03.2024 г.) – информационные заметки о полезных играх, которые разрабатывают школьники и учителя Верхменской школы; «Круто мы попали на ТВ» (22.12.2023 г.) – о детях из Заболотской школы, которые побывали в Белтелерадиокомпании; «В Зеленом Бору 17 сентября молились за единство» (22.09.2023 г.) – материал о том, что государственный праздник совпал с храмовым; «Министр образования Андрей Иванец посетил с рабочим визитом Смолевичский район» (04.03.2023 г.) – заметка о рабочей поездке представителя власти; «Спартакиада среди работников образования (30.03.2024); «Профсоюз всегда на стороне человека труда (11.12.2021 г.) – о заседании первичной профсоюзной организации.

Однако упор, сделанный на заметках по причине наиболее краткой формы информационного жанра, способен привести к упущению важных деталей и упрощению болезненных тем и существующих проблем. В этом случае журналисты обращаются к таким жанрам, как репортаж и интервью. Это позволяет изучить происходящее с разных перспектив, а также дополнить материал важными деталями и (или) подробностями (фотографиями, графиками, статистическими данными).

«Я был жирным» (28.07.2023 г.) – интервью с 31-летним смолевичанином, который сбросил 45 килограмм и вернул себе здоровье; «Евгения Доличева: «О форме и погонах мечтала с детства» (30.03.2022 г.); «В любой ситуации нужно быть человеком (04.12.2021 г.) – интервью с заведующей нотариальной конторой Смолевичского района; «Баба-Яга и домовые всегда получают добрыми» – разговор с мастерицей кукольных дел; «Огород – моя отдушина. Парник – моя любовь» (01.03.2024) – беседа с семейной парой о подготовке к новому сезону.

Стоит отметить, что редакция газеты старательно ищет баланс между «сухой» информативностью и глубиной раскрытия темы. Используя заметки в качестве несложного в написании способа предоставления информации, и не забывая про аналитические жанры в виде комментариев, обзоров, развернутых статей.

«И года не прошло» (28.07.2023 г.) – обзор и краш-тест спортивной площадки открытой в Озерицкой Слободе; «Весна пришла – а где дороги? И технику готовьте к посевной» (01.03.2024 г.) – материал с комментарием от председателя сельсоветов, дорожных и коммунальных служб; «Две Пелики, три улицы, лесок...» (25.08.2023 г.) – полноценная статья о поселке и деревне с одним названием; «В районной больнице – новое оборудование» (06.08.2022 г.) – обзор приобретений для учреждения здравоохранения; «Наука в помощь» (08.06.2022 г.) – развернутая статья о первом уроке, с комментариями заведующего лабораторией по тритикале НПЦ НАН Беларуси Виктора Буштевича. Можно сделать вывод, что по преобладающим жанрам ситуация весьма схожа с двумя предыдущими изданиями.

Перейдем к приоритетам тематического наполнения газеты «Край Смалявіцкі»:

Политика. Политический дискурс в данной газете направлен не только на информирование населения о важнейших событиях, но и на формирование общественного мнения. Публицистический стиль, характерный для этой тематики, использует средства художественной выразительности и оценочные средства, чтобы вызвать у читателя эмоциональный отклик и побудить к размышлениям. Из основных направлений, освещаемых в СМИ, – деятельность органов государственной власти и местного самоуправления, работа и планы политических партий и общественных объединений, актуальные события республиканского масштаба (заседания, поездки и важные встречи президента), электоральные процессы и предвыборные кампании.

«Голосуем!!! Потому что нам не все равно. 25 февраля – единый день голосования» (23.02.2024 г.) – репортаж с избирательных участков во время избирательной кампании; «Ратомский: около сотни обращений ежедневно

поступает в адрес исполкома» (07.07.2023 г.) – большое интервью с главой района; «Наши на ВНС» (26.04.2024 г.) – фоторепортаж с места событий.

Экономика. Редакция данного регионального издания предоставляет читателям всестороннюю информацию о развитии экономики как на республиканском, так и местном уровне, освещает проблемы предпринимательства, налогообложения и трудового права, информирует о деятельности предприятий и организаций.

«1890 рублей – среднемесячная зарплата в районе в 2023 году» (05.01.2024) – заметка о том, на сколько ее планируют увеличить в 2024 году; «Жаловаться особо не на что, но дома, которые 30 лет без ремонта, можно подлатать» (07.07.2023 г.) – репортаж прямиком из Зеленого Бора.

Экология. Экологическое сознание, формируемое в процессе воспитания и образования, находит отражение в материалах, посвященных сохранению окружающей среды, бережному отношению к природе и волонтерским и активистским инициативам.

«Убережем томаты от фитофторы» (18.08.2023 г.) – информационная заметка о том, как спасти свой урожай; «Мировая культура на своем участке» (11.08.2023 г.) – интервью с экспериментатором; «Хранитель пчел» (26.04.2024 г.) – интервью с известным пчеловодом.

Происшествия. Весьма популярная в республиканских изданиях, но редко встречающаяся в региональных, тематика происшествий и криминала не представляет собой эксклюзивный контент. А учитывая, небольшую численность города, материалы в формате сводки криминальных новостей скорее редкость, чем привычное явление.

«Отморозил голову. СОБР помог прийти в себя» (05.01.2024 г.) – информационная заметка о нападении смолевичанина с петардой на милиционеров; «Майор уже слезам не верит» (08.09.2023 г.) – интервью со старшим следователем о преступлениях; «444 рубля» (21.07.2023 г.) – заметка о максимальном штрафе при повторном посещении леса.

Социальные вопросы. Публикации, касающиеся проблем здравоохранения, образования, социальной защиты, занятости населения и других важных аспектов жизни общества. Востребованная тематика хотя бы по причине целевой аудитории газеты: преимущественно взрослых людей, для которых собственное благополучие – один из главных приоритетов. В центре внимания журналистов всегда находятся социально-политические события, происходящие в обществе – как на уровне города, так и на уровне страны.

Основной источник информации для региональных СМИ – центральные медиа, которые формируют основную повестку. В свою очередь, региональные газеты дополняют эту информацию, акцентируя внимание на фактах и проблемах, актуальных для своей аудитории и региона. Таким

образом, ключевая задача журналиста – оперативно и точно выявлять новые события в жизни читателя, распознавать актуальные проблемы и объединять свою аудиторию в понимании ситуации и поиске решений для острых вопросов.

«Доктор Пышная: нравится наблюдать, как люди выздоравливают» (17.06.2023 г.) – интервью с врачом; «Было болото. Мы этого не отрицаем. Но оно... откачано водоканалом» (15.07.2023 г.) – корреспонденция о проблеме сточных вод; «+3,9 км» (21.07.2023 г.) – информационная заметка об обновлении дороги; «Мужьям на роды лучше не приходиться» (21.07.2023 г.) – интервью с акушером-гинекологом; «Темная ночь. Невозможно найти кошелек» (02.02.2024 г.) – корреспонденция по поводу проблемы освещения улицы в темное время суток, «Сбитая овчарка Шерри идет на поправку» (02.02.2024 г.) – комментарий от спасительницы четвероногой; «Земский доктор для животных» (12.01.2024 г.) – развернутое интервью с ветеринарным врачом о ценах и психологии животных.

Культура и искусство. Статьи о культурных событиях, деятельности местных творческих коллективов и отдельных представителей творческой интеллигенции отражают собой культурное многообразие и потенциал региона. Материалы о культуре делают любую газету не просто интересной, читаемой, привлекательной, по уровню освещения именно этих тем можно говорить о творческом и мировоззренческом потенциале издания в целом.

«Красота ручной работы» (04.08.2023 г.) – интервью с мастерицей брошей, бантов и воротничков; «Святые места должны быть чистыми» (26.04.2024 г.) – информационная заметка о скульптуре «Скорбящая», «Будьте как Матвей» (26.04.2024) – материал о завсегдае библиотеки; «Я работаю в хору: все орут и я ору» (19.04.2024 г.) – интервью с местной жительницей об новых увлечениях в преклонном возрасте.

Спорт. В числе ключевых задач государственной политики Республики Беларусь стоит развитие и популяризация физической культуры и спорта как инструмента укрепления здоровья нации. В этом случае СМИ играют незаменимую роль, способствуя продвижению спортивного движения, налаживанию диалога и сотрудничества между всеми его участниками.

Репортаж является оптимальным жанром для освещения спортивных событий, поскольку он позволяет донести информацию до аудитории, максимально полно передавая детали и эмоции происходящего, пусть и с запозданием. В газете «Край Смальявіцкі» тема спорта преимущественно освещается в рамках новостной журналистики.

«Усяжкий воркаут» (07.07.2023 г.) – расширенная комментариями информационная заметка о воркаут-площадке; «Заболотье – место баскетбола» (19.04.2024 г.) – статья о том, кто тренирует действующих

чемпионов района; «Лыжню чемпионке» (02.02.2024 г.) – статья о победительнице в личном зачете среди учреждений образования.

Выводы по главе 3:

1. Анализ содержания газеты «Узвышша» позволяет сделать выводы о ее жанрово-тематической структуре: основная функция газеты – оперативное информирование жителей Дзержинщины о событиях в регионе. Издание активно использует информационные заметки, репортажи, отчеты, интервью и комментарии. Эти жанры позволяют освещать политическую, духовную, социальную и экономическую сферу жизни общества. Журналисты газеты «Узвышша» стремятся не только сообщать факты, но и анализировать их, выявляя причинно-следственные связи. Так, статьи, обзоры, комментарии, корреспонденции и журналистские расследования предоставляют читателям разные точки зрения на случившиеся события. А вот сатирические комментарии, используемые для усиления критического эффекта, встречаются редко. Газета фокусируется на освещении событий в Дзержинском районе, что может привести к снижению стандартов по оцениванию проделанной работы, в то время как отсутствие активного сопоставления достижений региона с национальными стандартами ограничивает аналитическую глубину материалов. Большинство публикаций посвящены социальной сфере, в частности, здравоохранению, борьбе с преступностью, социальному обеспечению и образованию. Актуальность тем меняется на протяжении года, но ведущими остаются вопросы здоровья, безопасности, помощи и образования. Для повышения качества материалов и увеличения их аналитической глубины, журналистам издания необходимо усилить сопоставление региональных достижений с национальными стандартами, а также важно развивать художественно-публицистические жанры для привлечения более широкой аудитории. «Узвышша» вносит непосредственный вклад в формирование общественного мнения в Дзержинском районе. А благодаря освещению актуальных проблем, волнующих население, еще и зарабатывает доверие со стороны местного населения к изданию.

2. В свою очередь жанровое разнообразие и тематическая направленность газеты «Крупскі веснік» определяется следующим: информационными заметками (они являются наиболее распространенным жанром, отражающим широкий спектр событий в районе: от политики до социальной сферы); репортажами: их общее количество в газете на втором

месте (акцентируют внимание на локальных мероприятиях и событиях, используя фотографии и выразительные средства для вовлечения читателя); интервью (позволяет читателям узнать о жизни и деятельности местных жителей, представляя их в качестве героев); статьи, отчеты, корреспонденции, комментарии и обзоры (представлены в меньшем объеме, они охватывают темы культуры, политики, предлагая аналитику и взгляд с другой стороны). «Крупскі веснік» стремится быть информационным ресурсом для жителей Крупского района, предоставляя им актуальную информацию и знакомя с местными героями и событиями. Редакционный состав газеты признает необходимость перехода к визуальным образам, учитывая возрастающую роль «зрелищности» в медиа, и в то же авторы борются за сохранность традиций и принципов литературного языка. В целом же, «Крупскі веснік» представляет собой традиционное районное издание, стремящееся сохранить свою уникальность и самобытность и при этом идти в ногу с временем.

3. «Край Смалявіцкі» – общественно-политическая газета Смолевичского района. Среди тематической направленности публикаций можно выделить те, которые больше всего затрагивают интересы потребительской аудитории: развитие экономики; повышение производительности труда; формирование патриотических убеждений у молодежи; стимулирование популяризации семейных ценностей; совершенствование образования; медицинское обслуживание. В ходе проведенного исследования жанровой принадлежности материалов газеты «Край Смалявіцкі» было выявлено, что преобладают материалы информационных жанров такие, как информационная заметка, интервью, репортаж, отчет. Кроме информационных жанров на страницах издания можно встретить и аналитику: обзоры, комментарии, статьи. Приоритетными тематическими направлениями печатного издания являются политика, экономика, спорт, экология, происшествия, социальные вопросы, культура и искусство.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, цель дипломной работы – определить жанрово-тематические особенности в районных изданиях «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі» – можно считать достигнутой. В ходе работы районная пресса была рассмотрена как объект научного исследования, выявлены функции современной региональной газеты, изучена история становления и специфика функционирования газет «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі», проанализирован контент, наполняющий эти печатные издания, а также охарактеризована жанрово-тематическая специфика районных газет «Узвышша», «Крупскі веснік», «Край Смалявіцкі».

В результате можно сделать следующие выводы

1. На данный момент региональные СМИ доминируют по числу выпускаемых периодических изданий в Республике Беларусь. Статистика показывает, что на 1 апреля 2024 года в Государственном реестре средств массовой информации числится 915 печатных СМИ, из них – 367 газет, из них объем региональных медиа – 136 печатных СМИ. К характерным свойствам районных изданий можно отнести правдивость, точность, достоверность информации, а также преданность интересам общества. А функции рассматриваемых газет не отличаются от функций других типов СМИ (информационная, политическая, оценочная, идеологическая, культурно-образовательная, рекламная, развлекательная). В связи с переходом средств массовой информации в интернет-среду важно отметить, что многие редакции становятся мультимедийными, что означает, что контент выходит на различных информационных каналах. То же самое касается региональных СМИ. Поэтому журналистам необходимо быть «универсальными»: уметь создавать контент для различных площадок, обладать навыками конвергентного журналиста. Однако существует проблема, что в региональных медиа работают сотрудники, которые привыкли создавать материалы в «печатном стиле». Еще одним недостатком является обращение к традиционным источникам информации и отсутствие альтернативы им. Основными преимуществами местной прессы являются: наибольшее доверие со стороны аудитории, несложность подачи информации для определенной ЦА; персонализированная направленность; возможность обратной связи с читателями; активная коммуникация с аудиторией. В рамках государственной программы (раздел «Цифровое развитие») можно выделить следующие пункты по улучшению работы региональных изданий: создание комфортных условий для включения новых информационных технологий в повседневную работу журналистов средств массовой информации; переподготовка кадров, которые смогут создавать контент на разных площадках; разработка

инструмента, который будет контролировать процесс цифровизации; доступ населения к новым технологиям.

2. Региональные медиа стараются удержать свои позиции на информационном рынке, повысить заинтересованность читателя. Главными особенностями современной местной прессы являются: направленность на конкретную потребительскую аудиторию, от которой зависит тематическое наполнение издания; отношение к определенному географическому положению, что позволяет освещать темы, интересующие местное население; недостаточное финансирование редакций районных газет, вызывающее сокращение численности работников, непокрытые издержки производства; отсутствие современной технической базы, что сказывается на качестве выпускаемых изданий; возрастной коллектив редакции, который не обладает личными и профессиональными компетенциями для создания высококачественных материалов, соответствующих современным тенденциям медиaprостранства; уникальный стиль районных газет повышает узнаваемость среди коренных жителей; налаживание тесной связи с читателями дает возможность рассмотреть проблемы, затрагивающие интересы целевой аудитории.

3. В большинстве случаев тематическая направленность региональных медиа подразумевает собой: выполнение поручений, решение вопросов в регионе представителями власти, а именно местными органами управления; новости района; успехи в промышленности или сельскохозяйственной сфере; обновление программ по помощи населению; появление новых объектов инфраструктуры. Важно подчеркнуть, что в данных изданиях зачастую официальные информационные заметки преобладают над другими видами публикаций. Поэтому необходимо соблюдать баланс тематики материалов, чтобы не переутомить читателя. Для привлечения аудитории районные издания придумывают различные социальные инициативы и интерактивные проекты (например, конкурсы). К тому же особый эффект на потребителя оказывают материалы-истории, а не простое освещение актуальных событий района. Тема – это важнейший этап при создании журналистского произведения. Первое, что должен сделать журналист регионального издания, чтобы завоевать внимание читателя – это найти проблему (провести опрос населения, мониторинг условий и качества жизни в районе), затем обнаружить причину ее возникновения и предложить способы ее возможного решения в материале. Корреспондент обязан освещать все главные события региона. Чтобы преподнести контент в легкой и доступной форме для массовой аудитории можно использовать цифры, а именно инфографику, графики, схемы, рисунки. Рекламные объявления не должны занимать много места на полосах, читателя интересуют местные инфоповоды. Нужно не забывать про

размещение контента на различных площадках, а также про налаживание активной коммуникации с аудиторией.

4. Постепенно сайты из зависимого от редакции ресурса, превращаются в самостоятельное медиа со своими принципами и рабочей политикой. Порталы снабжены современной технической базой, а их обслуживанием занимаются молодые сотрудники, что существенно влияет на качество готового информационного продукта: публикуется меньше рекламы, вместо этого ресурс наполняется дополнительными фото- и видеоматериалами, создаются специализированные разделы с архивами печатных выпусков, а также внедряются способы прямого взаимодействия с аудиторией разного возраста. Веб-версии региональных СМИ сегодня – продукт-отражение печатного издания. Когда же пользователи начнут чаще пользоваться интерактивными функциями, а редакции будут придумывать специальные материалы для большего взаимодействия, сайты смогут претендовать на что-то отдельное, пусть и выходящее из одного «прародителя». Печатные СМИ, в свою очередь, имеют возможность оставаться конкурентноспособными, добавив в описание к своему изданию – «конвергентное». Таким образом, можно сделать выводы, что редакторы и журналисты понимают преимущества и тонкости конвергентных СМИ: цифровизация несет развитие и видоизменения, а не застой и риски потери постоянной аудитории. Поиск новых форм представления привычной периодической печати района является одним из способов поддержки издания.

5. Анализ содержания газеты «Узвышша» позволяет сделать выводы о ее жанрово-тематической структуре: основная функция газеты – оперативное информирование жителей Дзержинщины о событиях в регионе. Издание активно использует информационные заметки, репортажи, отчеты, интервью и комментарии. Эти жанры позволяют освещать политическую, духовную, социальную и экономическую сферу жизни общества. Журналисты газеты «Узвышша» стремятся не только сообщать факты, но и анализировать их, выявляя причинно-следственные связи. Так, статьи, обзоры, комментарии, корреспонденции и журналистские расследования предоставляют читателям разные точки зрения на случившиеся события. А вот сатирические комментарии, используемые для усиления критического эффекта, встречаются редко. Газета фокусируется на освещении событий в Дзержинском районе, что может привести к снижению стандартов по оцениванию проделанной работы, в то время как отсутствие активного сопоставления достижений региона с национальными стандартами ограничивает аналитическую глубину материалов. Большинство публикаций посвящены социальной сфере, в частности, здравоохранению, борьбе с преступностью, социальному обеспечению и образованию. Актуальность тем

меняется на протяжении года, но ведущими остаются вопросы здоровья, безопасности, помощи и образования. Для повышения качества материалов и увеличения их аналитической глубины, журналистам издания необходимо усилить сопоставление региональных достижений с национальными стандартами, а также важно развивать художественно-публицистические жанры для привлечения более широкой аудитории. «Узвышша» вносит непосредственный вклад в формирование общественного мнения в Дзержинском районе. А благодаря освещению актуальных проблем, волнующих население, еще и зарабатывает доверие со стороны местного населения к изданию.

6. В свою очередь жанровое разнообразие и тематическая направленность газеты «Крупські веснік» определяется следующим: информационными заметками (они являются наиболее распространенным жанром, отражающим широкий спектр событий в районе: от политики до социальной сферы); репортажами: их общее количество в газете на втором месте (акцентируют внимание на локальных мероприятиях и событиях, используя фотографии и выразительные средства для вовлечения читателя); интервью (позволяет читателям узнать о жизни и деятельности местных жителей, представляя их в качестве героев); статьи, отчеты, корреспонденции, комментарии и обзоры (представлены в меньшем объеме, они охватывают темы культуры, политики, предлагая аналитику и взгляд с другой стороны). «Крупські веснік» стремится быть информационным ресурсом для жителей Крупского района, предоставляя им актуальную информацию и знакомя с местными героями и событиями. Редакционный состав газеты признает необходимость перехода к визуальным образам, учитывая возрастающую роль «зрелищности» в медиа, и в то же авторы борются за сохранность традиций и принципов литературного языка. В целом же, «Крупські веснік» представляет собой традиционное районное издание, стремящееся сохранить свою уникальность и самобытность и при этом идти в ногу с временем.

7. «Край Смалявіцкі» – общественно-политическая газета Смолевичского района. Среди тематической направленности публикаций можно выделить те, которые больше всего затрагивают интересы потребительской аудитории: развитие экономики; повышение производительности труда; формирование патриотических убеждений у молодежи; стимулирование популяризации семейных ценностей; совершенствование образования; медицинское обслуживание. В ходе проведенного исследования жанровой принадлежности материалов газеты «Край Смалявіцкі» было выявлено, что преобладают материалы информационных жанров такие, как информационная заметка, интервью, репортаж, отчет. Кроме информационных жанров на страницах издания

можно встретить и аналитику: обзоры, комментарии, статьи. Приоритетными тематическими направлениями печатного издания являются политика, экономика, спорт, экология, происшествия, социальные вопросы, культура и искусство.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Амзин, А. Как новые медиа изменили журналистику, 2012-2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов и др.; под ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург.: Гуманитарный ун-т, 2016. – 303 с.
2. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика: учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 156 с.
3. Борейко А. Д. Периодизация и аспекты изучения организационной деятельности СМИ / А.Д. Борейко // Теория журналистики. — 2020. — № 2. — С.4-12.
4. Вартанова, Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е.Л. Вартанова // Информационное общество. – 1999. – No 5. – С. 11–14.
5. Воробьев, В. П. Востребованность региональных медиа: природа локальной информации / В. П. Воробьев // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы [Электронны рэсурс] : матэрыялы III Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 24 чэрв. 2021 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2021. – С. 37-43.
6. Воробьев, В. П. Идеология белорусского государства в процессе формирования личности специалиста / В. П. Воробьев // сб. статей / Под ред. О. Г. Слуки (гл. ред.) [и др.] – Минск: БГУ, 2012. – с. 14-23.
7. Воробьев, В. П. Функциональные ресурсы региональной прессы / В. П. Воробьев // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Серыя 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. - 2006. - № 3. - С. 115-120.
8. Градюшко, А. А. Районная газета в цифровом медиaprостранстве (на материале белорусских СМИ) / А. А. Градюшко // Журналистика регионов: дискурсы и медиапрактики: Материалы Международной научно-практической онлайн-конференции (Томск, 22 ноября 2018 г.) / кол. авторов. - Москва: Русайнс, 2019. – С. 57–62.
9. Градюшко, А. А. Региональные СМИ в эпоху перемен: как научиться жить в «цифре»? / А. А. Градюшко // Журналист. - 2019. - № 2 (41). - С. 2-6.
10. Дементьева К. В. Воздействие региональной прессы на общественное мнение / К. В. Дементьева // Вестник Чувашского университета. — 2011. — № 4. — С. 299-302.
11. Дроздов, Д. Н. Мониторинг и оптимизация региональных медиа: европейская практика / Д. Н. Дроздов // СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 5 мая. 2020 г. / Беларус. дзярж.

ун-т; рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2020. – С. 92–96.

12. Информация о результатах реализации Государственной программы «Цифровое развитие Беларуси» на 2021 – 2025 годы в 2021 году / Министерство связи и информатизации Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by/ru/informaciya-o-rezultatah-realizacii-gosudarstvennoy-programmy-cifrovoe-razvitie-belarusi-na-2021>. – Дата доступа: 03.03.2024.

13. Іўчанкаў, В. І. Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту / В. І. Іўчанкаў. – Мн. : БДУ, 2003. – 257 с.

14. Касько В. Рэгіянальны друк беларусі: учора, сёння, заўтра / В. Касько // Рэгіянальныя СМІ ў сучаснай інфармацыйнай прасторы. — Мінск, 2011. — С.11-18.

15. Качкаева, А. Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – Москва: МГУ, 2010. – с. 200.

16. Кедяркин С. Н., Макарова Л. С. Проблемы тематического и жанрово-стилевого своеобразия современной районной прессы (региональный аспект) / С. Н. Кедяркин, Л. С. Макарова // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2011. — № 1. — С. 61-68.

17. Ким, М. Н. Технология создания журналистского произведения / М. Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 320 с.

18. Киршин Б. Н. Региональная пресса: актуальные тенденции национального медиарынка / Б. Н. Киршин // Вестник Челябинского государственного университета. — 2009. — Вып. № 17. — С.42-45.

19. Коршук, В. В. Региональный имидж Беларуси в средствах массовой информации / В. В. Коршук // Журн. БГУ. Журналистика. Педагогика. – 2018. – №1. – с. 42-55.

20. Коханова, Л. А., Калмыков, А. А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2009. – 536 с.

21. Лебедева, М. Л. Культурная проблематика в региональных СМИ / М. Л. Лебедева // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы [Электронны рэсурс] : матэрыялы III Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 24 чэрв. 2021 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2021. – С. 144-147.

22. Мелешевич, Р. И. Универсальный журналист: сплав творческих и технических умений (на примере медиа Гомеля) / Р. И. Мелешевич //

Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы [Электронны рэсурс] : матэрыялы III Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 24 чэрв. 2021 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2021. – С. 175-178.

23. Мельник, Г. С. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития : учеб. пособие / Г. С. Мельник. – СПб.: Высш. школа журналистики и мас. коммуник. СПбГУ, 2011. – 130 с.

24. Мультимедийная журналистика: медиакоммуникации и медиаиндустрия [Электронный ресурс] : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1 марта 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: О. М. Самусевич (отв. ред.) [и др.] ; под общ. ред. Н. А. Федотовой. – Минск : БГУ, 2019. – С. 8-12.

25. Нарейко С. Л. Пресса Витебщины: проблемы и перспективы современной региональной печати / С. Л. Нарейко // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Серыя 4, Філалогія. Журналістыка. Педагагіка. - 2005. - № 3. - С. 109-113.

26. Новости города Крупки и Крупского района | Сайт газеты «Крупскі веснік» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://krupki.by/>. – Дата доступа: 27.02.2024.

27. О Государственной программе «Массовая информация и книгоиздание» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 18 янв. 2021 г., № 21 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100021>. – Дата доступа: 01.03.2024.

28. Портал дзержинского района [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzh.by/o-nas/>. – Дата доступа: 10.03.2024.

29. Потапов, П.Ф. Место прессы в системе республиканских СМИ и адекватность общественного мнения в регионе / П. Ф. Потапов // Вестник ЮГУ. – 2017. – № 1-2. – С. 22-27.

30. Потребин А. В. Повышение конкурентоспособности государственных региональных печатных СМИ в Беларуси / А. В. Потребин // ЭБ БГУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/17623>. – Дата доступа: 02.03.2024.

31. Прахарэня, М. Рэгіянальная прэса ў фарміраванні грамадзянскай супольнасці: жанравы аспект / М. Прахарэня // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы Рэсп.

наук.-практ. канф., Мінск, 12–13 лют. 2019 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2019. – С. 203-208.

32. Пьянзина, И. В. Функциональные особенности современных районных газет / И. В. Пьянзина // Региональная журналистика: от истории к современности = Local journalism: from history to modern times: материалы Третьей Всероссийской научно-практической конференции. — 2014. — С. 131.

33. Редакция газеты «Край смялявіцкі» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smolevichi-24.by/o-nas/>. – Дата доступа: 27.02.2024.

34. Синявский, Д. П. Печать региональных газет: типографии и качество полиграфического исполнения // Выдавецкая справа ў Рэспубліцы Беларусь: гісторыя, сучасны стан, праблемы і перспектывы: зборнік навуковых артыкулаў / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2019. – с. 218 – 228.

35. Скрипко, В. В. Региональные СМИ как фактор формирования бренда района / В. В. Скрипко // 80-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета : материалы секции «Белорусская журналистика – 2023», Минск, 21 апр. 2023 г. / Беларус. гос. ун-т ; редкол.: А. В. Беляев (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2023. – С. 173-177.

36. Слука, А. Г. Беларуская журналістыка: вучэб. дапам. У 3 ч. Ч. 3 / А. Г. Слука. — Мінск: БДУ, 2009. — 399 с.

37. Стральцоў, Б. В. Публіцыстыка. Жанры. Майстэрства / Б. В. Стральцоў. Мінск: БДУ, 1977. – с. 335.

38. Стральцоў, Б. В. Публіцыстыка. Жанры. Майстэрства / Б. В. Стральцоў. Мінск: БДУ, 1977. – с. 335.

39. Тулупов, В. В. Региональная журналистика: сегодня и завтра / В. В. Тулупов // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – №2.

40. Тумилович, Н. Источники информации в работе журналиста региональных изданий / Н. Тумилович // ЭБ БГУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/56462>. – Дата доступа: 02.03.2024.

41. Устюжанина, Д. А. Интернет-журналистика: учебное пособие [Электронный ресурс] / Д. А. Устюжанина. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2019. – 120 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/document?id=>. – Дата доступа: 19.04.2024.

42. Хелемендик, В. С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ / В. С. Хелемендик // Проблемы современного образования. – 2013. – № 3. – С. 106–123.

43. Черепанова, Л. Л. Районная газета или социальные сети: выбор аудитории / Л. Л. Черепанова // Мультимедийная журналистика : сб. науч. тр.

Международ. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 марта 2018 г. / БГУ, Институт журналистики, каф. медиологии и веб-журналистики; под общ. ред. В. П. Воробьева. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – С. 177-181.

44. Шестеркина, Л. П. Универсальный журналист. Основы творческой деятельности: учебник / Л. П. Шестеркина; под ред. Л. П. Шестеркиной. – Челябинск: ИП Мякотин И. В, 2015. – Ч. 1. – 480 с.

45. Шимолин, В. Региональные СМИ переходного периода: уроки минувшего и трудности роста / В. Шимолин // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 лют. 2019 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2019. – С. 282-285.

46. Ярмоц, А. А. Печатные СМИ Полоцка и Новополоцка в Интернете / А. А. Ярмоц // Новые коммуникативные технологии и современное белорусское общество: электрон. сб. ст. Международ. науч. конф., Новополоцк, 11–12 нояб. 2016 г. / Полоц. гос. ун-т; под общ. ред. И. А. Бортника. – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2017. – 1 CD-ROM. – С. 39–43.