

УДК 070.1(476)(043.3)

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ БЕЛОРУССКИХ РЕГИОНОВ

В. В. КОРШУК¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Выявлен потенциал прессы в экономическом развитии белорусских регионов. Представлены результаты анализа 22 изданий республиканского, областного, районного и городского уровней на предмет соответствия их содержания актуальным потребностям территорий. Рассмотренный опыт работы национальной прессы позволит переоценить и скорректировать информационные стратегии региональных средств массовой информации.

Ключевые слова: региональное развитие; средства массовой информации; информационные стратегии; областная пресса; районная пресса; городская пресса; жанр.

MASS MEDIA IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF BELARUSIAN REGIONS

V. V. KORSHUK^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The author reveals the potential of the press in the economic development of the Belarusian regions. The results of the analysis of 22 publications of the republican, regional, district, and city levels are presented for the content compliance with the actual needs of the territories. The reviewed experience of the national press will allow re-evaluating and adjusting the information strategies of the regional media.

Keywords: regional development; mass media; information strategies; regional press; district press; city press; genre.

Введение

В целях преодоления демографических и миграционных проблем руководством страны и научным сообществом ведется активная работа по формированию и реализации региональной политики, предполагающей максимальное задействование всех ресурсов для динамичного экономического роста территорий, повышения уровня жизни населения.

В настоящее время в государстве реализуется новая, научно обоснованная парадигма региональ-

ной политики, построенная на дифференцированном подходе к развитию конкретных территорий с учетом их социально-экономического потенциала. Принципиальной особенностью действий Правительства Республики Беларусь в области региональной политики в 2016–2020 гг. стал «переход от поддерживающих мер, применяемых на всей территории страны, к мерам, обеспечивающим концентрацию ресурсов на ключевых направлениях, способных

Образец цитирования:

Коршук ВВ. Средства массовой информации в экономическом развитии белорусских регионов. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2024;1:27–33.
EDN: FGUVMF

For citation:

Korshuk VV. Mass media in the economic development of Belarusian regions. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2024;1:27–33. Russian.
EDN: FGUVMF

Автор:

Виктория Владимировна Коршук – кандидат филологических наук; доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики, заместитель декана по международной деятельности и интернационализации образования факультета журналистики.

Author:

Victoria V. Korshuk, PhD (philology); associate professor at the department of periodical press and web journalism, deputy dean for international relations and internationalisation of education, faculty of journalism.
v.v.korshuk@yandex.ru

обеспечить максимальную отдачу и получение долгосрочных эффектов устойчивого развития регионов и республики в целом»¹. В 2016–2020 гг. были определены центры экономического роста², которым в текущем пятилетии «необходимо постепенно вовлекать прилегающие районы в общий территориально-хозяйственный комплекс»³. Особое внимание в программах уделяется районам и населенным пунктам, нуждающимся в дополнительном стимулировании, так называемым моногородам, территориям со сложным экономическим положением.

Достижение целей региональной политики возможно посредством эффективного использования не только материальных, но и нематериальных ресурсов. В данном контексте качественное информационное сопровождение ключевых направлений экономического развития регионов представляется крайне важным.

Региональная пресса, обеспечивающая информационные потребности страны согласно ее административно-территориальному делению, может рассматриваться в качестве главнейшего субъекта реализации политики регионального развития. Пресса способна внести весомый вклад в организацию общества, субъектов хозяйствования, госу-

дарственных органов, она обладает ресурсами для анализа ситуации в экономической и социальной сферах, представляет собой мощное информационно-имиджевое средство развития перспективных направлений экономики, повышения узнаваемости субъектов хозяйствования на рынке региона, страны и за ее пределами.

При формировании направлений деятельности прессы должны быть учтены не только социальные приоритеты региональной политики, но и конкретные задачи, поставленные в сферах промышленности, сельского хозяйства, торговли, а также в сфере услуг. Средства массовой информации имеют достаточно возможностей для стимулирования субъектов хозяйствования в таких направлениях, как внедрение инноваций, диверсификация экспорта, расширение внешнеэкономических связей, активизация предпринимательства и т. д. Содействие развитию регионов достигается посредством организации тематического содержания СМИ, соответствующего социально-экономической специфике каждого региона (области, района, центра экономического роста, города-спутника, территории со сложным экономическим положением, монопрофильного поселения, сельского населенного пункта).

Материалы и методы исследования

В целях изучения различных аспектов деятельности СМИ в обозначенном направлении и формулирования практических рекомендаций по организации их работы проведен контент-анализ ряда периодических изданий республиканского, областного, районного и городского уровней. В программе исследования выделены категории, соответствующие актуальным приоритетам развития регионов: рассмотрены вопросы координирования региональных стратегий, а также участия редакций в регулировании этих процессов; оценена полнота освещения экономической жизнедеятельности территорий, анализа их перспектив согласно государственным нормативно-правовым актам; определена роль прессы в стимулировании экономического роста регионов.

Выборку составили 22 газеты. Учитывался регион их распространения, поскольку данный фактор влияет на стратегию работы редакций, обуславливает их материально-технические возможности. Кроме того, предпочтение было отдано изданиям с наиболее высокой обеспеченностью экземплярами на 1 тыс. человек, что отражает уровень потребления информации на конкретной территории. Отбор проводился

в рамках каждой области. Исследованы областные издания «Витебские вести», «Гомельская праўда», «Гродзенская праўда», «Заря» (Брест), «Мінская праўда», «Магілёўскія ведамасці», районные газеты крупных городов «Лідская газета», «Маладзечанская газета», «Новы дзень» (Жлобин), «Аршанская газета», издания небольших районов с населением менее 70 тыс. человек «Веснік Глыбоччыны», «Голас Касцюкоўшчыны», «Крупскі веснік», «Ляхавіцкі веснік», «Праца» (Зельва), «Хойніцкія навіны», городские газеты «Бабруйскае жыццё», «Віцбiчы», «Гомельскія ведамасці», «Жодзінскія навіны», а также объединенная газета «Наш край» (Барановичи), имеющая статус городского и районного издания. Кроме того, проанализирован контент издания «Сельская газета» Учреждения Администрации Президента Республики Беларусь «Издательский дом “Беларусь сегодня”», которое обладает особым статусом в информационном сопровождении региональной политики страны.

Для объективной оценки содержания изданий исследованы каждый третий номер газет, публикуемых с периодичностью два раза в неделю, и еженедельников, а также каждый четвертый номер газет,

¹Об утверждении Программы деятельности Правительства Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 5 апр. 2016 г. № 274 // ЭТАЛОН – Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2020.

²Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь от 15 дек. 2016 г. № 466 // Там же.

³Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь от 29 июля 2021 г. № 292 // Там же.

выходящих три раза в неделю, за первое полугодие 2022 г. На этапе отбора исключены материалы развлекательного и рекламного характера, не связанные с вопросами региональной политики. Более

детально анализировались информационные стратегии изданий, которые уделяют пристальное внимание конкретным темам (сплошная выборка номеров за месяц и более).

Результаты и их обсуждение

Достижение важнейших социально-экономических целей, стоящих перед государством, невозможно без разъяснения обществу их сути со стороны СМИ. Осведомление об общих задачах регионального развития, раскрытие содержания местных концепций, ориентированных на реализацию уникального экономического потенциала территорий, демонстрируют выполнение СМИ важнейшей задачи – обеспечения права общества на получение достоверной информации о деятельности органов власти, политической, экономической жизни страны. В настоящее время необходимо актуализировать проблемы выравнивания уровня жизни в различных регионах, преодоления демографических кризисов, предупреждения миграции трудящихся в более крупные и развитые города и отразить пути их решения. СМИ способны инициировать общественное обсуждение конкретных стратегий устойчивого развития регионов.

В результате контент-анализа выявлено, что большинство СМИ раскрывают содержание региональной политики (до 3 % от общего количества публикаций). Издания не пропускают обсуждаемых на общереспубликанском уровне событий, касающихся будущего белорусских регионов. Однако для многих редакций, особенно районных, такая повестка дня часто не становится поводом для исследования экономических перспектив территорий. Материалы об общих вопросах регионального развития Беларуси могут быть дополнены комментариями представителей местной власти. Не всегда посредством СМИ формируется четкое понимание курса развития районов, не являющихся центрами экономического роста (менее 1 % публикаций). В настоящее время предупреждение негативных миграционных тенденций зависит от позитивного представления населения о будущем таких территорий⁴.

В практике встречаются примеры качественного анализа журналистами перспектив конкретных регионов, результатов модернизации населенных пунктов, инициатив местных властей во всестороннем рассмотрении будущего районов, городов. Тем не

менее сегодня общественное обсуждение, в том числе дискуссии депутатов, руководителей различного уровня, интеллигенции и других заинтересованных граждан, – достаточно редкое явление в СМИ (0–1 % публикаций). Разумеется, работа в данном направлении не может оставаться уделом исключительно правительства страны. В настоящее время прессе важно не только активно отслеживать такую повестку дня в регионе, но и выступать ее инициатором, содействуя таким образом региональному развитию⁵.

Одним из важнейших направлений работы прессы является освещение деятельности органов государственного управления. СМИ регулярно подвергают рассмотрению деятельность местных властей (в среднем 5 % публикаций), причем в отношении изданий, распространяющихся в небольших районах («Голас Касцюкоўшчыны», «Крупскі веснік», «Ляхавіцкі веснік», «Праца»), данная тенденция усиливается (7–12 % публикаций). Несмотря на то что многие материалы носят формальный характер, некоторые газеты обеспечивают полное раскрытие обозначенной темы посредством публикаций, отражающих процессы решения конкретных задач. Особого внимания заслуживают статьи, демонстрирующие новые подходы к развитию потенциала региона. Так, в одной из публикаций в газете «Гродзенская праўда» рассказывается о том, как местные власти, взаимодействуя между собой и с российскими коллегами, перенимают опыт укрепления конкретных сфер хозяйствования своего района⁶.

Основательная работа редакций по разъяснению и анализу территориальных стратегий, инициирование общественного обсуждения будущего регионов позволяют эффективно организовать общество. На отдельных направлениях работы сосредоточиваются некоторые центральные СМИ, районные и городские газеты, в основном издающиеся в крупных и экономически более развитых населенных пунктах. Редакции раскрывают суть современной региональной политики, однако не в полной мере

⁴Хаецкая О. Председатель Оршанского райисполкома Игорь Исаченко: «Перезагрузка близится к завершению» // Витебские вести : электрон. версия газ. URL: <https://vitvesti.by/economy/predsedatel-orshanskogo-raiispolkoma-igor-isachenko-perezagruzka-blizitsia-k-zaversheniiu.html> (дата обращения: 06.07.2022) ; Навагран А. Задачи для економіки. Як спрацавалі ў Ляхавіцкім раёне розныя галіны народнай гаспадаркі ў 2021-м? // Ляхавіцкі веснік : электрон. версія газ. URL: <https://www.lves.by/?p=135036> (дата звароту: 07.07.2022).

⁵Канько Г. Святло «зялёнай» эканоміцы і развіццю турызму. На Ляхавіччыне працавалі інфармацыйна-прапагандысцкія групы // Ляхавіцкі веснік : электрон. версія газ. URL: <https://www.lves.by/?p=137516> (дата звароту: 08.07.2022).

⁶Заенчиковская О. Партнерский альянс на «5+». Как районы Гродненщины развивают экономику благодаря совместным проектам с российскими коллегами // Гродзенская праўда : электрон. версія газ. URL: https://grodnonews.by/news/ekonomika/partnerskiy_alyans_na_5_kak_rayony_grodnenshchiny_razvivayut_ekonomiku_blagodarya_sovmestnym_proektam_i_vzaimodeystviyu_s_rossiyskimi_kollegami.html (дата обращения: 06.07.2022).

способствуют формированию у населения четкого представления о курсе отдельно взятых города, района, области, демонстрируют озабоченность исполнительных комитетов имеющимися проблемами и освещают мероприятия, предпринимаемые по их решению. общественность не часто привлекается к обсуждению социально-экономических проектов. Поиск таких информационных поводов является совместной задачей СМИ и властей.

Участие прессы в повышении благосостояния региона тесно связано с обеспечением высокой доли качественного контента на экономическую тематику. В большинстве изданий материалы такого характера (в среднем их количество составляет 15 %) теряются в общей массе публикаций. Лишь в отдельных СМИ («Сельская газета») около 40 % контента касается экономики регионов, в некоторых областных и местных изданиях («Витебские вести», «Заря», «Гродзенская праўда», «Магілёўскія ведамасці», «Маладзечанская газета», «Новы дзень», «Ляхавіцкі веснік», «Наш край») значение данного показателя достигает порядка 20–35 %. Примечательно, что многие газеты («Аршанская газета», «Бабруйскае жыццё», «Віцьбічы», «Гомельскія ведамасці») распространяются в развитых центрах, где можно найти достаточно информационных поводов в сфере экономики, однако не в полной мере используют эти возможности (10–13 % публикаций).

Таким образом, в настоящее время в регионах необходимо создавать равные условия в предоставлении информации об экономическом развитии территорий. Участие СМИ в решении широкого спектра актуальных задач позволит эффективнее реализовать региональную политику. Помощь прессы может проявляться в отражении общих экономических тенденций, динамики развития промышленности, сельского хозяйства, экономических аспектов работы сферы торговли и услуг, коммунального хозяйства и т. д. Актуальны демонстрация способов реализации общереспубликанских экономических задач на местном уровне, обеспечение гласности в формировании и распределении регионального бюджета, анализ различных показателей, отражающих общую динамику экономического развития, информирование о мероприятиях, направленных на его стимулирование.

В процессе контент-анализа установлено, что издание «Сельская газета», областные газеты и некоторые районные СМИ («Наш край», «Маладзечанская газета», «Ляхавіцкі веснік», «Новы дзень») уделяют внимание актуальным для конкретной территории направлениям экономического развития (промышленности, сельскому хозяйству, торговле и сфере услуг, коммунальному хозяйству, туризму, строи-

тельству и др.). Газеты небольших районов также справляются с этой задачей.

Стимулирование развития определенных отраслей строится на четкой организации информационного потока по избранной теме, в основе чего лежит систематичный детальный анализ успехов и неудач субъектов хозяйствования. Отдельные СМИ работают в обозначенном формате. Так, редакция газеты «Мінская праўда» успешно реализует проект «Як жы-веш», в рамках которого подробно рассказывается о позитивном опыте хозяйствования предприятий конкретного региона или области. Редакция районной газеты «Ляхавіцкі веснік» демонстрирует экономические достижения предприятий и организаций в рубрике «Вынікі і перспектывы». Газета «Новы дзень» регулярно интересуется новостями жлобинских производственных учреждений под рубрикой «Вести с предприятий».

В организации информационной кампании по освещению новостей в определенной отрасли экономики особого внимания заслуживает многолетняя практика издания «Сельская газета». Его редакция накопила опыт в актуализации экономических задач регионов. Газета имеет важное образовательное и организационное значение для работников агропромышленного комплекса страны. По данным контент-анализа, около 40 % публикаций посвящены экономике регионов, большинство из этих публикаций рассказывают о развитии сельского хозяйства. Так, в исследуемый период редакция поднимает вопрос мелиорации земель, затрагивая важнейшие темы, связанные с ускорением темпов мелиорации, уходом за имеющимися мелиоративными системами и их реконструкцией, необходимостью изменения законодательства, активного использования научных достижений в этой сфере⁷.

В настоящее время ставится задача по обеспечению конкурентоспособности отечественной сельскохозяйственной продукции на внешних рынках, делается ставка на четкое соблюдение технологий производства, повышение квалификации молодых руководителей, освоение новых сегментов рынка, наблюдается большой интерес к фермерству. Все эти направления увеличения эффективности сельскохозяйственной отрасли находят отражение на страницах издания «Сельская газета». Журналисты активно изучают примеры достижения высоких экономических показателей. Детальному, глубокому и всестороннему анализу подвергаются проблемы сельскохозяйственного производства. Они рассматриваются в рубриках «На контроле президента», «Школа экономики», «Экономика: формула успеха», «Эксперты “СГ”», «“СГ” исследует проблему», «Фермерский гектар», «Мониторинг “СГ”». Публикации отличаются

⁷Кравцов С. Депутат высказался о перспективах повторной мелиорации в сравнении с опытом других стран // Сельская газета : электрон. версия газ. URL: <https://www.sb.by/articles/melioratsiya-spaset-plodorodie.html> (дата обращения: 08.07.2022) ; Гедройц В. Как увеличить темпы мелиорации и какие проблемы волнуют работников отрасли? // Там же. URL: <https://www.sb.by/articles/novaya-zemlya-dlya-bolshogo-urozhaya.html> (дата обращения: 10.07.2022).

взвешенностью, журналисты стремятся показать болевые точки отрасли, незадействованные резервы, примеры внедрения современных технологий, призывают к дальновидности производителей, которым необходимо постоянно оценивать условия мирового рынка. Экономические успехи и неудачи субъектов хозяйствования в издании отражаются путем демонстрации уровня профессионализма конкретных людей с использованием эффективных приемов эмоционального воздействия. В публикации о причинах падения молочного производства, которые обусловлены не только засухой, но и недобросовестностью хозяйств, Е. Климович колко отмечает: «Некоторых трудная зимовка, похоже, ничему так и не научила, так как к началу заготовки кормов не подготовились как следует»⁸.

Демонстрируя позитивный или негативный опыт хозяйствования, СМИ инициируют ликвидацию недостатков в работе предприятий. В основном успешную практику субъектов экономики рассматривают все газеты, особенно редакции, находящиеся в крупных центрах экономического развития и отводящие данному направлению 10 % публикаций и более («Сельская газета», «Заря», «Гродзенская праўда», «Новы дзень»). Проблемы хозяйствования поднимают издания «Сельская газета», «Гомельская праўда», «Магілёўскія ведамасці», «Ляхавіцкі веснік» (3–4 % публикаций). Они способствуют формированию объективного мнения о сложившейся в отраслях экономики ситуации, подталкивают руководителей к наведению порядка на предприятиях, в организациях и держат этот процесс на контроле.

Таким образом, успешная практика СМИ, направленная на поддержку экономики регионов, основана на системной подготовке актуальных аналитических и информационных материалов. Работа над публикациями не может базироваться на формальном подходе, ведь за цифрами и показателями стоит качество жизни населения.

Стимулирование экономики регионов связывается с обменом опытом хозяйствования, увеличением доли экспорта продукции и его диверсификацией, импортозамещением, привлечением инвестиций в действующие производства и новые проекты, модернизацией предприятий, а также с обеспеченностью профессиональными кадрами. В информационной политике редакций учитываются данные аспекты.

В настоящее время не может игнорироваться то, что наращивание объемов экспорта продукции и его

диверсификация имеют первостепенное значение для экономического развития страны с учетом политической ситуации, проблем продовольственной безопасности в мире. Публикации об этом, безусловно, способствуют формированию образа экономически активных регионов. В основном данные темы затрагивают издание «Сельская газета», областные СМИ «Заря», «Гродзенская праўда», «Магілёўскія ведамасці», а также редакции, находящиеся в крупных промышленных центрах – Жодино, Барановичах, Бобруйске (до 1 % публикаций). Так, всесторонний анализ вопроса продовольственной безопасности Гродненщины и диверсификации экспорта удачно представлен в материале «Чем богата продуктовая корзина Гродненщины, или Почему нам не грозит продовольственный кризис»⁹. Тем не менее аналитика, направленная на поиск проблем и возможностей наращивания объемов экспорта предприятиями региона, – редкое явление. Следует подчеркнуть, что издания небольших центров, относящихся к районам со сложным экономическим положением, оставляют тему экспорта без внимания.

Экономическое будущее регионов зависит и от привлечения инвестиций, развития импортозамещающих производств, что особенно актуально в непростых санкционных условиях. Редакции могут способствовать притоку финансов, информационно поддерживая инициативы малого бизнеса и властей. Как показывает практика, в большинстве случаев данная тематика представлена единичными материалами, составленными по итогам заседаний местных исполнительных комитетов (в среднем 1 % публикаций). Часто в прессе отсутствует анализ условий, созданных в конкретном районе для крупных инвесторов. Наиболее системно вопросы привлечения инвестиций, развития импортозамещения в исследуемый период отражены в газетах «Витебские вести», «Магілёўскія ведамасці» (2 % публикаций). Журналисты сообщают о последних новостях в данной сфере, подчеркивают заинтересованность и поддержку органов власти, что, безусловно, формирует позитивный экономический имидж регионов¹⁰.

Успех экономики субъектов хозяйствования определяют обеспеченность профессиональными кадрами и эффективность организации труда. Сегодня важно анализировать эти аспекты в прессе, показывать, как усилия отдельного человека, коллектива могут повлиять на будущее предприятия. Пресса достаточно активно рассматривает кадровую политику

⁸Климович Е. По результатам первого квартала прибавили в производстве молока Брестская, Минская и Гродненская области // Сельская газета : электрон. версия газ. URL: <https://www.sb.by/articles/leto-kak-shans-dlya-otstayushchikh.html> (дата обращения: 12.07.2022).

⁹Василевкина Т. Чем богата продуктовая корзина Гродненщины, или Почему нам не грозит продовольственный кризис // Гродзенская праўда : электрон. версия газ. URL: https://grodnonews.by/news/ekonomika/chem_bogata_produktovalaya_korzina_grodzenshchiny_ili_pochemu_nam_ne_grozit_prodoovolstvennyy_krizis_.html (дата обращения: 13.07.2022).

¹⁰Каролевич Э. В 2022 году в развитие экономики Городокского района планируют инвестировать свыше 36 млн рублей // Витебские вести : электрон. версия газ. URL: <https://vitvesti.by/economy/v-2022-godu-v-razvitie-ekonomiki-gorodokskogo-raiona-planiruiut-investirovat-svyshe-36-mln-rublei.html> (дата обращения: 15.07.2022).

субъектов хозяйствования и организаций (в среднем 1 % публикаций). Особого внимания заслуживает опыт изданий «Гомельская праўда», «Заря», «Маладзечанская газета», «Ляхавіцкі веснік», «Хойніцкія навіны», «Праца» (4 % публикаций и более). Они поднимают проблемы кадрового обеспечения, актуализируют важность повышения квалификации работников, анализируют достойный применения на практике опыт, демонстрируют последствия недобросовестного труда для экономики предприятий и их работников. Так, в январе 2022 г. редакция газеты «Заря» успешно реализовала информационную стратегию, направленную на преодоление проблем в животноводстве, практически в каждом номере отразив менеджерский опыт конкретных хозяйств¹¹.

Таким образом, белорусская пресса сегодня представляет собой важный инструмент стимулирования экономического развития территорий. Редакции активно изучают позитивный опыт хозяйствования, в полной мере реализуя образовательную функцию, поднимают кадровые вопросы, показывая, что успех предприятия начинается с трудолюбия каждого работника. Вместе с тем недооценивается значимость рассмотрения негативной практики функционирования предприятий и организаций и важных для экономики регионов направлений: экспорта продукции и его диверсификации, модернизации производств, импортозамещения. Только развивая экономическую активность регионов, можно решить проблему оттока населения в более крупные города, столицу. Отдельные областные, районные и городские СМИ накопили ценный опыт в данном направлении.

В настоящее время экономический рост регионов связывается со стимулированием малого и среднего бизнеса. Практически во всех изданиях обсуждаются особенности предпринимательской деятельности (в среднем 2 % публикаций). Важность освещения данной темы осознается прежде всего журналистами центральных СМИ, а также районных и городских изданий «Магілёўскія ведамасці», «Лідская газета», «Маладзечанская газета», «Жодзінскія навіны», «Праца», «Наш край», «Новы дзень», которые в местных масштабах находят интересные информационные поводы (до 4 % публикаций). Так, в газете «Новы дзень» всесторонне рассматривались бизнес-инициативы, реализуемые в рамках проекта «Поддержка экономического развития на местном уровне в Республике Беларусь»¹².

СМИ небольших районов рекомендуется активнее освещать вопросы развития малого и среднего бизнеса, поскольку для таких территорий это направление – одна из наиболее быстро реализуемых возможностей для укрепления экономики и обеспечения населения рабочими местами. С предпринимателями, являющимися потенциальными героями публикаций, жители района часто контактируют лично, что обеспечивает интерес к их жизненному и профессиональному опыту.

Содействие СМИ развитию малого и среднего бизнеса и его популяризации связано с распространением передовой практики, информированием о созданной инфраструктуре, правовой базе, финансировании со стороны государства. Большинство редакций успешно работают в данном направлении. В изданиях «Сельская газета», «Маладзечанская газета», «Наш край», «Магілёўскія ведамасці», «Жодзінскія навіны» регулярно публикуются полезные сведения о ведении малого и среднего бизнеса, часто рассказывается о помощи в его развитии со стороны государства, местных властей, общественных организаций, в различных форматах анализируется опыт конкретных бизнесменов. Материалы данных СМИ позволяют сформировать благоприятный образ предпринимательства, имеющего не только экономический, но и социальный эффект в регионах, поскольку местные жители получают рабочие места. Журналисты предоставляют важную правовую информацию, подвергают оценке законодательство, выясняют, что мешает развитию бизнеса в регионах, раскрывают факты правонарушений. Так, редакция газеты «Жодзінскія навіны» делает это на постоянной основе в рубриках «Финансовая грамотность», «Практические советы для бизнеса». Таким образом, в медиапрактике имеется опыт качественной работы СМИ по популяризации малого и среднего бизнеса, построенный на охвате различных аспектов его ведения, демонстрации образа предпринимателя, успешно работающего в современных условиях.

Экономическое развитие территорий тесно связано с внедрением инноваций в производства. В Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы актуализируется важность инновационного развития традиционных и новых высокотехнологичных секторов экономики¹³. Однако пока региональная пресса не выполняет информационные задачи в полной мере. Единичные публикации на данную тему не дают пол-

¹¹ Муха Ф. Купил «Хотиславский» ферму... // Заря. 2022. 12 янв. С. 18 ; Он же. Элитный статус // Там же. 2022. 15 янв. С. 16 ; Он же. Как найти свой «плюс» // Там же. 2022. 19 янв. С. 17.

¹² Скобелева Т. Как и какие инициативы реализуются на Жлобинщине? // Новы дзень : электрон. версия газ. URL: <https://ndsmi.by/proon/22967-kak-i-kakie-initsiativy-realizuyutsya-na-zhlobinshchine> (дата обращения: 17.07.2022) ; Она же. От добрых дел – к социальному предпринимательству // Там же. URL: <https://ndsmi.by/proon/23187-ot-dobrykh-del-k-sotsialnomu-predprinimatelstvu> (дата обращения: 17.07.2022) ; Дорофеева Т. В Жлобине тестируют социальное такси // Там же. URL: <https://ndsmi.by/proon/23554-v-zhlobine-testiruyut-sotsialnoe-taksi> (дата обращения: 17.07.2022).

¹³ Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь от 15 сент. 2021 г. № 348 // ЭТАЛОН – Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2021.

ного представления об инновационном развитии территорий, хотя и формируют их позитивный экономический образ¹⁴.

СМИ в реализации важных государственных задач необходимо не только фактографически отражать действительность, но и стремиться к осмыслению происходящего. Посредством аналитических жанров (статьи, корреспонденции, обозрения, комментария) можно эффективнее информировать о процессах регионального развития: направить аудиторию, субъектов хозяйствования на достижение актуальных целей, проанализировать перспективы регионов, организовать трибуну для обмена мнениями. Аналитикой в достаточной степени наполне-

ны издания «Сельская газета», «Заря», «Магілёўскія ведамасці», «Гродзенская праўда», «Наш край», «Маладзечанская газета» (15–25 % публикаций). Контент-анализ показал, что не всегда даже областные СМИ в полной мере насыщены аналитическими материалами. Не все газеты экономически перспективных районов содержат аналитику, хотя поиск информационных поводов для их редакций не составит особого труда. Несмотря на то что структура современных печатных изданий обусловлена современными тенденциями уменьшения доли аналитики, многим изданиям важно рассмотреть вопрос жанрового разнообразия, аналитической наполненности материалов.

Заключение

Пресса обладает ценным опытом в стимулировании роста благосостояния территорий, оказывает реальное воздействие на развитие экономики регионов, демонстрируя и анализируя подходы к хозяйствованию, ведению кадровой политики предприятий промышленности, организаций сельского хозяйства, широко освещая темы малого и среднего бизнеса. Более системного отражения требуют вопросы модернизации производств, диверсификации экспорта, импортозамещения, привлечения инвестиций, внедрения инноваций.

Тем не менее издания формируют общее представление о содержании региональной политики, не всегда подвергая рассмотрению местные концепции. Для некоторых СМИ характерны недостатки публикаций на экономическую тематику, отсут-

ствие ее корреляции с основными потребностями развития региона, небольшая доля аналитических публикаций.

Другими словами, в СМИ существует немало незадействованных резервов для активизации работы, направленной на решение актуальных экономических задач в белорусских регионах. Сегодня редакциям важно построить стратегию всестороннего освещения процессов реализации региональной политики, а также рассмотреть возможность увеличения доли материалов на экономическую тематику в соответствии с актуальными направлениями развития областей, центров экономического роста, регионов со сложным экономическим положением, городов-спутников, сельских населенных пунктов и др.

*Статья поступила в редколлегию 11.10.2023.
Received by editorial board 11.10.2023.*

¹⁴Дорофеева Т. Как в Жлобинском локомотивном депо планируют экономить более 50 тыс. ежегодно? // Новы дзень : электрон. версія раз. URL: <https://ndsmi.by/obshchestvo/22962-kak-v-zhlobinskom-lokomotivnom-depo-planiruyut-ekonomit-bolee-chem-50-tys-ezhegodno> (дата обращения: 19.07.2022).