

дартные, эксклюзивные методы их решения в рамках собственного репортёрского стиля становятся основой интересного, конкурентоспособного, привлекающего внимание телезрителя, одним словом, качественного материала. А это, в свою очередь, свидетельствует о достижении успеха в воплощении замысла репортёра.

Литература

1. Телевизионная журналистика / Под ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвик, А. Я. Юровского. М., 2005.
2. Багиров Э. Г., Борецкий Р. А., Юровский А. Я. Основы телевизионной журналистики/ Под. ред. А.Я.Юровского. М., 1987.
3. Зверева Н. В. Школа регионального тележурналиста. М., 2004.
4. Келлисон К. Продюсирование на телевидении: практический подход / Пер. с англ. Б.С.Станкевич; под ред. В.Е.Максимков. Мн., 2008.
5. Страдов Г. М. Продюсерство на телевидении. Мн., 2007.

ОТРАЖЕНИЕ ТЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА БЕЛОРУССКИХ РЕГИОНОВ (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ ГАЗЕТ «БРАСЛАЎСКАЯ ЗВЯЗДА», «ВЕСНІК ГЛЫБОЧЧЫНЫ»)

И. В. Репина

Республика Беларусь представляет собой сегодня суверенное индустриально развитое государство, для которого в современных условиях одна из важнейших задач заключается в формировании положительного имиджа страны за рубежом. Для ее решения еще в 2006 году была принята «Государственная программа информационного обеспечения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь на 2006-2010 годы», где одна из основных целей данного документа обозначена как: «утверждение на международной арене имиджа Беларуси как независимого государства, надежного партнера для других стран в решении актуальных проблем современности, продвижение позитивного восприятия международной общественностью «белорусской модели развития». Из чего вытекает вывод о необходимости «увеличить объемы и расширить перечень печатной и электронной продукции, предназначенной для информационного обеспечения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь» [8].

Известно, что сегодня потребители ожидают от средств массовой информации качественного информационного продукта, требования к которому постепенно растут. Это в полной мере касается и региональной печатной прессы. В «Послании белорусскому народу и Национальному собранию Республики Беларусь» глава белорусского государства подчеркнул: «Не видно существенного прогресса у региональной прессы. Мы взяли курс на интенсивное развитие территорий.

Стимулируем приток туда инвестиций. А как посмотришь местный телеканал – прошлый век. То же касается радиостанций и районных газет». Из этого следует вывод: «Белорусским СМИ от пассивного “освещения событий” и реагирования на информационные поводы следует перейти к активной наступательной работе по формированию привлекательного для массовой аудитории национального и регионального информационного пространства» [9].

Эту позицию развил на недавно завершившемся республиканском семинаре идеологических работников Глава Администрации Президента Владимир Макей, который поставил вопрос ребром: «Наши газеты должны уметь побеждать в острой конкурентной борьбе» [10].

Одним из эффективных инструментов, с помощью которого можно и необходимо реально идти к осуществлению поставленной цели, является профессиональное освещение международной жизни белорусских регионов.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что международная тематика в районных газетах Республики Беларусь освещается слабо. Развитие творческих идей в этом направлении происходит медленно. А темп современной жизни требует от районных изданий, все шире и шире удовлетворять читательский интерес в этой области.

Цель данной работы – определить значение и оценить качество материалов, освещающих деятельность белорусских регионов на международной арене в местной печати на основе анализа районной прессы Витебской области (в частности газет «Браслаўская звязда» и «Веснік Глыбоччыны»).

Сравнительный анализ печатных изданий Витебской области позволяет сделать следующие выводы:

Проблема освещения международной жизни белорусских регионов состоит в том, что тематическое разнообразие районных газет представлено бедно. Однако в сравнении с «ВГ» «БЗ» публикует материалы о деятельности Браславского района на международной арене не только по культурной тематике (хотя она и преобладающая). Например, есть в газете рубрика «Міжнародныя сувязі» [6]. Но также, немаловажным является информирование об экологии района, в соответствии с Программой малых грандов РБ и при участии зарубежных гостей. Об этом – в статье «Візы-сіці: мары ці рэальнасць?» [2]. Газета знакомит с темой спорта только в одном материале, где пишет о третьем этапе чемпионата Беларуси по ралли, который состоится в Браславе с участием гостей из России и Литвы [4]. О сотрудничестве района с другими странами по развитию инвестиций, можно прочесть в непостоянной рубрике «Трансгранічнае супрацоўніцтва» [3].

Тематика «ВГ» наоборот, менее разнообразная. Газета делает акцент в освещении международной жизни Глубокского района на темах

образования и культуры. В основном журналисты пишут об интеллектуальном потенциале глубокских школьников, например, информационная заметка «Поспех міжнароднага маштабу» [5]. Экологическая тематика района на международной арене представлена единственным материалом перепечаткой из газеты «Народнае слова» [1]. В издании никак не представлена тема спорта, международных браков.

Следует отметить, что экономическая тематика, в частности деятельность предприятий экспортеров, вообще не освещается на страницах обеих газет.

Из всего вышесказанного следует вывод о том, что количество и качество корреспонденций по освещению международной жизни белорусских регионов требует улучшения. В связи с этим у меня есть рекомендации:

1. В основном материалы пишутся в жанре заметок (иногда расширенных). Поэтому предлагаю писать их в жанре статьи, возможно с грамотным анализом автора.

Например, о деятельности промышленных предприятий экспортеров в обоих районах. В Браславском районе есть ОАО «Браславский льнозавод», Государственное предприятие «Дубрава-Браслав». В Глубокском – ОАО «Глубокский молочно-консервный комбинат», ОАО «Глубокский мясокомбинат», ОАО «Глубокский консервный завод» [7].

2. Оба района богаты достопримечательностями, а значит, будут интересны не только отечественным, но и иностранным туристам. Браславский район – это Национальный парк «Браславские озера», костел Сердца Иисуса в Слободке, деревянная церковь Святого Николая XVIII века в деревне Николаюны. Глубокский район – сельский агротуризм (усадьба «Долгое»), костел Троицкий, мемориальная колонна конец XVIII века, монастырь кармелитов.

3. Содействовать профессиональному освещению международной жизни белорусских регионов можно с помощью разнообразия рубрик в районных газетах. В связи с чем, предлагаю рассмотреть макет международной полосы для газеты «Браслаўская звязда»:

Название полосы: InternationalПРОсвет

Название рубрик: Newтуризм (о достопримечательностях района); **Dvina.by** (судоходность реки); **ЛЕНОВОСТИ** (о выпуске Браславским льнозаводом льняных елок и одежды для экспорта); **Красная книга – зеленый свет** (о животных, которые занесены в Красную книгу и живут в Браславском районе); **БРАСЛАВНЫЕ имена** (о знаменитых людях, которые родились в Витебской области).

Литература

1. Народнае слова. Иностранцы бронируют птиц // Весн. Глыб. 2009. 28 мар. С.7.
2. *Полулех* 3. Візы-сіці: мары ці рэальнасць? // Брасл. зв. 2009. 30 сент. С.1.

3. *Полулех З.* Поспех у партнёрстве // Брасл. зв. 2009. 21 нояб. С.1.
4. *Стычинская Т.* Ізноў аўтаралі // Брасл. зв. 2009. 20 мая. С.1.
5. *Устинов А.* Поспех міжнароднага маштабу // Весн. Глыб. 2009. 6 мая. С.1.
6. *Федорова Т.* На сценах Даўгапілса // Брасл. зв. 2009. 4 апр. С.1.
7. Интернет-адрес: <http://glubokoe.vitebsk-region.gov.by/ru/ekonomika/promyshlennost/predpr/conserv>.
8. Интернет-адрес: <http://www.pravo.by/>.
9. Интернет-адрес: <http://www.president.gov.by/>.
10. Интернет-адрес: <http://www.sb.by/2010/03/20/>.

В ПЛЕНУ У СИМВОЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ (К ВОПРОСУ ОБ АКТУАЛЬНОСТИ МЕДИАЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ)

В. А. Степанов

Если в индустриальную эпоху («вторая волна» по Э. Тоффлеру) масс-медиа работали по «фабричному» принципу, тиражируя миллионами копий идеи, события, то в нынешний – информационный или постиндустриальный – период истории на первое место вышло конструирование медиареальности, информационной среды обитания человека. Наиболее развернутую концепцию создал социолог Н. Луман, который определял масс-медиа как обособленную через кодирование коммуникаций систему в структуре общества, которая, говоря проще, сама определяет какие события и каким образом превращать в медийные.

К сожалению, среди людей, связанных с работой СМИ, по-прежнему распространено мнение, что масс-медиа *отражают* реальность и их цель – донести ее максимально полно, точно и объективно, без искажений. Затертая метафора «четвертой власти» возводится в ранг всеобъемлющей характеристики медиа, хотя она отражает лишь один функциональный аспект (обратная связь, общественный контроль) и не лишена ангажированности. Миф о непредвзятости масс-медиа уничтожил еще Г. Иннис в работе *The Bias of Communication*. Убеждение в том, что между человеком и СМИ отношения такие же, как между оператором и механизмом (индустриальное мышление) также должно уйти в прошлое.

Начав свое существование в биосфере как ее неотъемлемая часть, человек со временем отгородился от нее техносферой, системой искусственных механизмов, которые расширили его естественные возможности («внешние расширения» по М. Маклюэну). В трудах классика медиалогии Маклюэна есть и предостережение: развившись в достаточной степени расширения обретают власть над «хозяином». В случае с масс-медиа – «продолжением сознания» людей подобная «ампутация» особенно опасна. Сегодня, если позволительны такие метафоры, голем масс-медиа вырвался на свободу и мы с трудом его контролируем – человек *существует* в инфосфере, символической среде, где на первое место выходит коммуникация. Индустриальная парадигма сменяется экологической,