

мировании общества – один из самых эффективных способов привлечь внимание локальной, общенациональной или глобальной аудитории. Четкая задача, анализ предпочтений аудитории и рынка, выбор определяющей палитры жанров, быстрое реагирование и достоверность информации, подкрепленной аргументами, фактами и экспертным мнением – это часть слагаемых успеха СМИ, которые в современном обществе играют ключевую роль для укрепления информационного поля и развития гражданского общества.

## РЭГІЯНАЛЬНЫЯ ГАЗЕТЫ: ПЕРАВАГІ І ПЕРСПЕКТЫВЫ

*В. М. Самусевіч*

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,  
буль. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,  
samusevich@bsu.by*

У матэрыяле вызначаецца спецыфіка сучасных рэгіянальных газет, актуалізуюцца іх становучыя бакі і прапануюцца кірункі павышэння эфектыўнасці.

**Ключавыя словы:** рэгіянальныя газеты; тэматыка і жанры; інфармацыйная павестка дня; экспертнае меркаванне.

## REGIONAL NEWSPAPERS: ADVANTAGES AND PROSPECTS

*V. M. Samusevich*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: V. M. Samusevich (samusevich@bsu.by)*

The article defines the specifics of contemporary regional newspapers, demonstrates their positive aspects, and suggests the ways to improve their efficiency.

**Key words:** regional newspapers; topics and genres; informational agenda; expert opinion.

Рэгіянальныя СМІ прадстаўляюць асобны складнік нацыянальнай медыясістэмы, накіраваны на фарміраванне грамадскай думкі з выкарыстаннем арганізацыйна-тэхнічных комплексаў, якія забяспечваюць хут-

кую перадачу і масавае тыражыраванне інфармацыі [1]. Відавочна, што яны іграюць важную ролю ў фарміраванні, функцыянаванні і эвалюцыі грамадскай свядомасці рэгіёна.

Пры асвятленні мясцовай павесткі менавіта рэгіянальныя выданні карыстаюцца найбольшым аўтарытэтам і даверам, паколькі глыбока пагружаны ў праблематыку і ведаюць сваю аўдыторыю. Менавіта ў блізкасці да сваёй аўдыторыі, на наш погляд, галоўная перавага рэгіянальных выданняў.

Даследчыкі вызначаюць, што аўдыторыя стамляецца ад маштабнай павесткі, узрастае ўвага да блізкага асяроддзя, непасрэднай рэальнасці [2]. Таму моцны бок рэгіянальных СМІ – праблемна-тэматычная арыентацыя найперш на лакальны ўзровень.

Сёння наглядаецца тэндэнцыя, што з павелічэннем фэйкавай інфармацыі, што цыркулюе ў медыяпрасторы, павялічваецца і колькасць карыстальнікаў, якія звяртаюцца ў традыцыйныя СМІ па правераную інфармацыю. На рэгіянальным узроўні праблема фэйканасці мінімізавана самай сутнасцю выданняў – любую мясцовую інфармацыю вельмі лёгка і хутка праверыць.

На медыяфорумах і канферэнцыях часта можна чуць, што інфармацыйныя матэрыялы рэгіянальных медыя дастаткова жорстка рэцэнзуюцца і ў пэўнай часткі аўдыторыі гэта рэцэнзаванне і рэдагаванне асацыіруецца з цензурай, аднак, на нашу думку, гэта вынікуе яшчэ адну перавагу – высокую дакладнасць фактаграфічнага матэрыялу.

Адным з плюсаў функцыянавання рэгіянальных СМІ з'яўляецца і найбольшая ўстойлівасць да змен інфармацыйнага спажывання, паколькі, на думку экспертаў, праз асаблівасці сваёй мэтавай аўдыторыі журналісты атрымліваюць больш часу на падрыхтоўку і рэакцыю на інфармацыйныя выклікі [3, с. 80].

Пры дастаткова выразных станоўчых фактарах дзейнасці гэтага сегмента медыярынку ёсць напрамкі, на якія трэба скіраваць увагу. Так, абнаўленне рэгіянальнай сістэмы кіравання можа стаць дадатковым стымулам да развіцця эфектыўнага ўзаемадзеяння мясцовых улад і СМІ. Арганізацыйная і часта фінансавая залежнасць ад заснавальнікаў вынікавала пастаянны маніторынг імі інфармацыйнай павесткі. Такая практыка была б прымальнай (паколькі, як мы адзначалі, павялічвае дакладнасць), калі б не факт змяншэння праз гэта інфармацыі, цікавай аўдыторыі. Фармат татальнага кантролю з боку адміністрацыі не з'яўляецца эфектыўным, паколькі памяншае аўтарытэт газеты, а тым самым і ўплыў на аўдыторыю. Так, пасля мінулагадніх падзей

відавочна вырас узровень уключанасці СМІ ў рашэнне праблем, да іх прыслухоўваюцца, аднак рэальна аўтарытэтных выданняў у рэгіёнах няма. Мы маглі б назваць толькі тры абласныя выданні – «Мінская праўда», «Гомельская праўда» і «Гродзенская праўда». Таму сёння як ніколі патрэбны новыя формы актыўнага дыялогу з аўдыторыяй без пастаяннага ўзгаднення з заснавальнікамі. СМІ і мясцовыя ўлады павінны мець партнёрскія адносіны аднадушча, дзе кожны бок працуе на эфектыўную медыякамунікацыю са спажывцом.

Дзеля справядлівасці адзначым, што падобная праблема існуе і ў Расіі: «Рэгіянальныя СМІ, уключаючы рэсурсы, якія знаходзяцца на балансе адміністрацый, могуць стаць сур'ёзным і эфектыўным інструментам уплыву, у сувязі з яўным запытам насельніцтва на мясцовую павестку. Але для гэтага трэба мяняць мадэль кіравання імі. А разумення, як гэта рабіць, у чыноўнікаў няма. Парадокс у тым, што медыя часта кіруюць тым, хто практычна нічога не разумее і ў іх сённяшнім становішчы» [2].

Яшчэ на адзін праблемны аспект важна звярнуць увагу рэгіянальным медыя – неабходнасць пашырэння жанрава-тэматычнага дыяпазону. Шматлікія даследаванні, што праводзяцца экспертамі нашага факультэта, пацвярджаюць у шэрагу выданняў, асабліва раённых, яго вузкасць: анонсы, нататкі, справаздачы і пад., – як правіла, пераважаюць інфармацыйныя жанры і афіцыйная інфармацыя. Далёка не ўсе СМІ сталі платформай для абмеркавання праблем і іх рашэння. Зрухі ёсць, аднак мала аналітычных фарматаў, дыскусійных пляцовак, рэфлексійных матэрыялаў. Гэта звязана і з тым, што на рэгіянальным узроўні назіраецца дэфіцыт экспертаў. Часткова толькі сацыяльныя медыя выданняў кампенсуюць відавочны недахоп дыялогавасці і адваротнай сувязі.

Для развіцця рэгіянальных медыя неабходна дзяржаўная падтрымка. Так, выхадам у рашэнні праблемы адсутнасці аналітычнага складніка ў кантэнце рэгіянальных медыя можа быць стварэнне экспертнай групы, якая распрацуе агульную рэспубліканскую канцэпцыю і забяспечыць яе ўкараненне на месцах, ці будзе выступаць у якасці пастаянных экспертаў. Магчыма, гэта можа рабіць актуалізаванае сёння рэспубліканскае дзяржаўна-грамадскае аб'яднанне «Знанне» на чале з В. Ф. Гігіным (<https://www.belta.by/society/view/gigin-dejatelnost-beloruskogo-obschestva-znanie-aktiviziruetsja-458239-2021/>).

Яшчэ адзін праблемны аспект – лічбавыя тэхналогіі і адпаведныя кампетэнцыі. Сайты большасці рэгіянальных выданняў слаба развіваюцца, адаптацыя пад мабільныя прылады адбываецца павольна, нізкая хуткасць загрузкі старонак са смартфонаў, паслуг таргетінгавай рэкламы практычна няма. Магчыма, неабходна стварыць пры Міністэрстве інфармацыі групу па развіцці медыярэсурсаў, якая распрацуе стандарты і будзе садзейнічаць іх укараненню ў рэгіёнах.

Трэба звярнуць увагу і на такую тэндэнцыю інфармацыйнай павесткі – раней рэгіянальныя выданні паведамлялі, што адбылося, а зараз акцэнт неабходны на тым, што адбудзецца (дзе чытачу можна паўдзельнічаць, куды схадзіць, што ўбачыць, дзе купіць і інш.). Зразумела, што ў апэратыўнасці прадстаўлення інфармацыі газеты (а пераважна рэгіянальныя медыя – гэта прэса) не канкурэнтныя электронным СМІ. Менавіта апошнія апэратыўна падаюць інфармацыю пра падзею, што зараз адбываецца ці толькі што адбылася. Аднак у плане анансавання ва ўсіх медыя шансы роўныя. Лічым, анансаванне падзей павышае прагматычны патэнцыял газет і садзейнічае цікавасці спажыўцоў.

З улікам знешніх і ўнутраных фактараў, што фарміруюць сацыяльна-палітычныя ўмовы нашага жыцця, у тым ліку і ў рэгіёнах, перад СМІ паўстаюць новыя задачы, якія патрабуюць сур'ёзнага асэнсавання і аб'ектыўнай ацэнкі, часта аналізу і экспертызы падзей праз прызму лакальных інфармацыйных запытаў. З узнікненнем новай інфармацыйнай сітуацыі ў краіне і рэгіёнах неабходна карэкціроўка стандартаў прафесійнай дзейнасці, магчыма, распрацоўка новых інфармацыйных стандартаў і інфармацыйнай палітыкі ў адносінах да рэгіянальных СМІ.

### Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Ходаева Я. В.* Роль региональных СМИ в пропагандистском информационном процессе [Электронный ресурс]. URL: [http://www.tsutmb.ru/nauk/nauchnyie\\_meropriyatiya/int\\_konf/vseross/regionalnaya\\_zhurnalistika\\_4/regionalnaya\\_zhurnalistika\\_v\\_formirovanii\\_kulturyi\\_obshhestva/rol\\_regionalnykh\\_smi\\_v\\_propagandistskom\\_informacionnom\\_proczenie](http://www.tsutmb.ru/nauk/nauchnyie_meropriyatiya/int_konf/vseross/regionalnaya_zhurnalistika_4/regionalnaya_zhurnalistika_v_formirovanii_kulturyi_obshhestva/rol_regionalnykh_smi_v_propagandistskom_informacionnom_proczenie) (дата обращения: 10.09.2021).
2. Региональные СМИ: роль в текущей ситуации и в контексте выборов 2018 года [Электронный ресурс]. URL: <https://pltf.ru/2017/10/23/glavnyie-informacionnye-trendy-nedeli/> (дата обращения: 10.09.2021).
3. *Астафуров И. В.* Эффективность региональных СМИ в современном медиaprостранстве // Вестник ВГУ. Сер. Филология. Журналистика. 2018. № 2. С. 79–82.