

У

полі зроку журналістаў

Раённая газета ва ўмовах трансфармацыі беларускай медыяпрасторы

Імклівае развіццё новых тэхналогій, канкурэнцыя не толькі з боку іншых друкаваных выданняў, што распаўсюджваюцца ў межах таго ці іншага рэгіёна, але ў першую чаргу інтэрнэту, аказваюць свой уплыў на функцыянаванне сучаснага раённага друку. Рэгіянальныя перыядычныя выданні, каб адпавядаць надзённым запытам чытацкай аўдыторыі і ўмацаваць свае пазіцыі ў галіне медыяпаслуг, вымушаны адаптавацца да рыначных умоў, змяняць рэдакцыйную палітыку.

Вынікі шматлікіх сацыялагічных даследаванняў сведчаць аб тым, што менавіта мясцовая прэса па шэрагу аб'ектыўных прычын з'яўляецца найбольш уплывовым інфармацыйным рэсурсам на айчынным медыяполі [1, с. 54–61; 2, с. 14; 3, с. 88]. «Блізкасць» інфармацыі, магчымасць аператыўнага рэагавання на праблемы, актуальныя для жыхароў рэгіёна, забяспечваюць выданням гэтага тыпу аўтарызат і прызнанне пастаянных чытачоў. Праблемна-тэматычная прастора мясцовага друку досыць шырокая, яна ўключае падзеі грамадска-палітычнага і сацыяльнага жыцця раёна, развіццё эканомікі, здаровы лад жыцця, бяспеку жыццядзейнасці, прафілактыку і барацьбу са злачынствамі... Раёнка, нібы летапісец свайго часу, фіксуе ўсе змены,

што адбываюцца ў грамадстве, задавальняючы інфармацыйныя запыты свайго чытача. Іншая справа – у якіх аб'ёмах і як падаецца гэта інфармацыя.

Звернемся, напрыклад, да тэматычнай дыферэнцыяцыі раённых грамадска-палітычных газет Брэсцкай вобласці. Як паказваюць вынікі кантэнт-аналізу, прыярытэтнай для гэтага тыпу выданняў з'яўляецца сацыяльная праблематыка. Большасць публікацый мясцовага друку, як правіла, датычыцца пытанняў функцыянавання сацыяльнай сферы рэгіёна (57,71 %) [4, с. 97]. «Грамадства», «Соцыум», «Людзі і лёсы», «Свет нашых захапленняў», «Сацыяльная абарона», «Востры ракурс», «Дзяржаўны клопат», «Жыллё» – такія рубрыкі ў розных варацыях ёсць у кожнай раённай газеце Брэстчыны. Старонкі мясцовых выданняў таксама напоўнены інфармацыяй пра святы, конкурсы, фестывалі, расказами пра тых, хто жыве і працуе ў рэгіёне. Дзейнасць устаноў адукацыі, аховы здароўя, пытанні добраўпарадкавання і сацыяльнага забеспячэння – усё гэта становіцца аб'ектам пільнай увагі карэспандэнтаў мясцовых СМІ. Каб прыцягнуць да шырокага абмеркавання актуальных праблем развіцця рэгіёна сацыяльныя групы, магчымасць інфармацыйнага ўплыву на якія па нейкіх прычынах абме-



Алена
КУНАХАВЕЦ-ПЛЯВАКА,
саіскальнік

Навуковы кіраўнік –
СВОРАБ Аляксандр
Канстанцінавіч, кандыдат
філалагічных навук,
дацэнт

ПРА АЎТАРА

КУНАХАВЕЦ-ПЛЯВАКА Алена Іванаўна.

Нарадзілася ў в. Махро Іванаўскага раёна Брэсцкай вобласці. Скончыла факультэт журналістыкі Інстытута журналістыкі БДУ (2013), магістратуру гэтага інстытута (2014), аспірантуру Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта (2017).

На працягу 2014/2015 навучальнага года працавала выкладчыкам кафедры перыядычнага друку Інстытута журналістыкі БДУ.

З 2014 года – рэдактар аддзела рэдакцыі «Рэспубліканскай строітельной газеты» дзяржаўнага прадпрыемства «СтройМедиаПроект».

Сфера навуковых інтарэсаў: праблематыка і жанравая тыпалогія сучаснай прэсы, функцыянаванне рэгіянальных выданняў, раённы друк.

жаваная (прадпрымальнікі, студэнцкая і працоўная моладзь, частка пенсіянераў), журналісты праводзяць бліц-апытанні насельніцтва. Дзеля гэтага створаны рубрыкі «Вопрос один – ответов много» на старонках газеты «Янаўскі край» (Іванаўскі раён), «Наш опрос» у «Навінах Палесся» (Столінскі раён), «Апытанне» на старонках «Навін Камянеччыны», «Ваш голас» – у «Івацэвіцкім весніку» і інш.

Як правіла, увага журналістаў раёнкі сканцэнтравана ў першую чаргу на тых аспектах жыцця грамадства, якія часта не заўважаюць супрацоўнікі іншых СМІ. Разам з тым на старонках раённых газет асвятляюцца сацыяльныя праблемы як канкрэтнага рэгіёна, так і глабальнага характару (алкагалізм, наркаманія, сіроцтва і інш.). Можна адзначыць, што прыярытэты ў асвятленні праблем сацыяльнай сферы ў раённых газет амаль аднолькавыя, адрозненне толькі ў спосабах падачы матэрыялаў. У практыцы журналістаў выданняў Брэстчыны нямаюць цікавых пачынаў: сацыяльныя праекты, інтэрактыўныя акцыі, конкурсы, што, безумоўна, прыцягвае ўвагу чытачоў. Напрыклад, у 2017 годзе на старонках «Навін Камянеччыны» з'явіліся рубрыкі «Са скрыні» і «Апытанне: калі б... быў я, то», галоўная мэта якіх – выяўленне і вырашэнне набалелых праблем жыхароў раёна. У гарадах Камянец і Высокае былі абсталяваны спецыяльныя скрыні, праз якія людзі могуць адпраўляць свае пажаданні, задаваць пытанні, выказваць крытычныя заўвагі або, запоўніўшы купон, скарыстацца паслугай бясплатнага размяшчэння прыватнай аб'явы. Далей атрыманая інфармацыя перадаецца ў канкрэтны арганізацыі ці структуры для рэагавання, пры гэтым адказы на ўсе пытанні публікуюцца ў газеце. Такая практыка дала магчымасць зменшыць колькасць зваротаў жыхароў рэгіёна ў вышэйшыя інстанцыі, таму што большасць праблем вырашаюцца на месцы. У «Апытанні: калі б... быў я, то» выкарыстоўваецца форма ўмоўнага ладу: напрыклад, «Калі б старшынёй райвыканкама быў я, то...», «Калі б архітэктарам быў я, то...». Адзін месяц – адно пытанне, другі – іншае. Пра-

пановы чытачоў таксама перадаюцца ў адпаведныя ўстановы, дарэчы, многія з іх сёння паспяхова рэалізаваны.

Такім чынам, раённыя газеты можна назваць выданнямі сацыяльнымі па сваёй сутнасці: іх асноўная плошча прысвечана штодзённым клопатам жыхароў рэгіёна. Разам з тым, на наш погляд, для мясцовых СМІ характэрны высокая цікавасць да асобных праблем і нізкая – да пошуку прычын і асвятлення спосабаў іх вырашэння. Трэба мець на ўвазе, што сам па сабе зварот да сацыяльнай тэматыкі не гарантуе неабходнага чытацкага даверу, хоць, безумоўна, і прыцягвае ўвагу аўдыторыі. Фактычна публікацыі выглядаюць як справаздача аб дзейнасці мясцовых улад. Традыцыйна ў ролі асноўных ньюсмейкераў у рэгіёнах выступаюць чыноўнікі, дэпутаты мясцовых Саветаў. Таму палосы раённых газет звычайна перагружаны афіцыйзам: справаздачы з пасяджэнняў, інтэрв'ю з кіраўнікамі раёнаў і іх намеснікамі, віншаванні з прафесійнымі і дзяржаўнымі святамі публікуюцца з нумара ў нумар. У кожнай раёнцы ёсць рубрыкі «Афіцыйна», «Чалавек і ўлада», «Будні ўлады», «У калідорах улады», «У райвыканкаме». Безумоўна, такая інфармацыя неабходна жыхарам, але, каб мець імідж сур'эзнага выдання, патрабуецца замена афіцыйзу якаснымі праблемнымі і аналітычнымі публікацыямі. Адмоўна ўплывае на аўтарытэт выдання таксама замоўчванне негатыўных фактаў і з'яў у жыцці рэгіёнаў.

Паказальна, што, адказваючы на пытанне: «У якой ступені ваша выданне ўплывае на прыняцце рашэнняў па развіцці той альбо іншай сферы рэгіёна?» (апытанне праводзілася ў красавіку – чэрвені 2017 года. – *Аўт.*), большасць рэдактараў раённых газет Брэстчыны адзначылі: аказвае істотны ўплыў. Іншага пункту гледжання прытрымліваецца 35,7 % рэспандэнтаў, якія лічаць, што гэты ўплыў недастатковы. 7,14 % апытаных гавораць аб тым, што, прымаючы рашэнне аб развіцці той альбо іншай сферы, мясцовыя ўлады не бяруць у разлік работу сродкаў ма-

савай інфармацыі: раёнкам застаецца толькі інфармаваць насельніцтва аб гатовых рашэннях кіраўніцтва. Дарэчы, ацэньваючы ступень эфектыўнасці выдання, 78,57 % рэдактараў называюць яе высокай, 7,14 % – вельмі высокай. 14,3 % рэспандэнтаў адзначылі, што ў кожнай канкрэтнай сітуацыі яна розная.

Асновай развіцця любой дзяржавы, гарантыяй яе незалежнасці, умовай стабільнасці і эфектыўнасці жыццядзейнасці грамадства выступае эканоміка. Безумоўна, эканамічная тэматыка сёння значная для любога сродку масавай інфармацыі, у тым ліку і раённай прэсы. Адным з прыярытэтаў дзяржаўнай палітыкі Беларусі з'яўляецца развіццё сельскагаспадарчых рэгіёнаў і аграпрамысловага комплексу ў цэлым. Гэтай тэматыцы на старонках раённых газет надаецца вялікая ўвага. Аднак, на наш погляд, супрацоўнікі мясцовых СМІ недастаткова поўна адлюстроўваюць пытанні развіцця такіх сфер эканомікі, як прамысловасць, будаўніцтва, прыватнае прадпрыемства. Вядома, кожнае выданне па-свойму вызначае тэматычныя прыярытэты: залежаць яны ў першую чаргу ад асаблівасцей гаспадарчага развіцця раёна, яго геаграфічнага і дэмаграфічнага становішча. Так, на старонках іванаўскай раёнкі тэме сельскай гаспадаркі прысвечана большасць публікацый (68 %), аднак у прааналізаваных намі нумарах не было, напрыклад, ніводнага матэрыялу аб функцыянаванні транспартнай ці банкаўскай сістэм. Праблемы камунальнай гаспадаркі і банкаўскай сферы засталіся па-за ўвагай супрацоўнікаў «Полесской правды» (Пінскі раён). Журналісты столінскай раённай газеты абмінулі тэму будаўніцтва, камянецкай і івацэвіцкай – прамысловасці [5, с. 35]. Тлумачыцца гэта тым, што доля названых сфер у агульнай вытворчасці раёнаў невялікая, але гэта не азначае, што падобныя пытанні павінны заставацца па-за ўвагай.

Вядома, большасць публікацый мясцовага друку складаюць навіны рэгіёна (ад 56 % на старонках «Навін

Камянецчыны» да 70,1 % у «Навінах Палесся»). Праўда, пры гэтым палосы звычайна перагружаны матэрыяламі і звесткамі афіцыйнага характару. Для максімальнага інфармацыйнага насычэння нумара рэдакцыі газет аддаюць перавагу невялікім матэрыялам. Дарэчы, празмерная інфармацыйная раздробленасць – праблема, характэрная для многіх сучасных раённых выданняў.

Мясцовая прэса напоўнена агледнымі альбо даведачнымі матэрыяламі, значную колькасць палос займае рэклама: сустракаюцца нумары, дзе аб'ём рэкламных модуляў і прыватных аб'яў складае 30–40 % ад агульнай плошчы выдання. Безумоўна, для гэтага ёсць аб'ектыўныя прычыны, галоўная з якіх – умацаванне фінансавага становішча рэдакцый. Разам з тым трэба мець на ўвазе: на ўзровень папулярнасці і прэстыжу рэгіянальных выданняў, даверу з боку мясцовых жыхароў, на тыраж і рэнтабельнасць газеты ўплываюць самыя разнастайныя фактары, у тым ліку і публікацыя журналісцкіх матэрыялаў, форма іх падачы, жанравая разнастайнасць, арыгінальнасць аўтарскага падыходу да апрацоўкі інфармацыі і прадстаўлення яе чытачам. Адсутнасць яркіх, жывых публікацый, якія закранаюць лёсы людзей, збядняе жанравую палітру газеты і, натуральна, не спрыяе росту яе аўтарытэту.

Для захавання і павелічэння чытацкай аўдыторыі супрацоўнікам мясцовага друку трэба ствараць газету, якая найперш адпавядае самым розным чытацкім інтарэсам: толькі запатрабаваны інфармацыйны прадукт здольны павысіць эфектыўнасць эканамічнай дзейнасці рэдакцыі. Па-ранейшаму асноўнай задачай рэгіянальных СМІ застаецца арганізацыя інфармацыйных патокаў у межах пэўнага рэгіёна. Акрамя таго, мясцовыя газеты – важны канал дастаўкі інфармацыі з рэгіянальнага ўзроўню на агульнарэспубліканскі і наадварот. Для эфектыўнага функцыянавання раённых газет рэдакцыі павінны ўлічваць спецыфіку ўсіх кампанентаў на тэрыторыі распаўсюджвання свайго выдання: эканамічную, сацыяльную

структуру, навукова-культурны патэнцыял мясцовай супольнасці, а таксама ведаць асноўныя характарыстыкі інфармацыйнага рынку, уключаючы ўсе суб'екты масавай камунікацыі.

Час ставіць перад сродкамі масавай інфармацыі новыя адказныя задачы. Прафесар А.Г. Слука заўважае: «Прадмет адлюстравання, рэальная рэчаіснасць, застаюцца ранейшымі, г. зн. тэрыторыя рэспублікі, грамадзяне дзяржавы і іх надзённыя праблемы: культурныя, вытворчыя, сямейна-бытавыя, адукацыйныя, медыцынскія, дэмаграфічныя і г. д. Але змест СМІ паступова змяняецца і становіцца перспектыўна сучасным, г. зн. галоўнай іх мэтай з'яўляецца фарміраванне інавацыйнай свядомасці грамадзян» [6, с. 18–19]. Безумоўна, у сувязі з гэтым павышаецца і роля раённага друку як самага масавага і блізкага да чытацкай аўдыторыі.

У няпросты перыяд трансфармацыі сістэмы беларускіх СМІ, развіцця новых тэхналогій мясцовая прэса захавала сваю значнасць і вядучую ролю ў вырашэнні актуальных праблем перш за ўсё мясцовага маштабу. Сучасная ра-

ённая газета мае даволі шырокае кола задач і заклікана садзейнічаць сацыяльнаму і эканамічнаму развіццю рэгіёна, палітычнаму, працоўнаму і маральнаму выхаванню яго жыхароў, уключэнню іх у інавацыйную дзейнасць, г. зн. спрыяць аптымізацыі жыцця насельніцтва ва ўсіх сферах.

Вядома, сучасныя ўмовы і фактары развіцця медыясферы, у тым ліку пашырэнне каналаў атрымання і распаўсюджвання інфармацыі, абумоўліваюць змяненні ў патрабаваннях да сацыяльных, прафесійных і асабістых якасцей журналістаў. Пастаяннае самаразвіццё, самаўдасканаленне, жаданне актуалізаваць і папаўняць свае веды – неад'емныя атрыбуты паспяховай прафесійнай дзейнасці супрацоўнікаў любога выдання, асабліва мясцовага друку. Аднак, як паказвае практыка, па-ранейшаму ў мясцовых СМІ на розных пасадах працуюць людзі, якія фактычна не маюць профільнай адукацыі. Напрыклад, на Брэстчыне, паводле інфармацыі галоўнага ўпраўлення ідэалагічнай работы, культуры і па справах моладзі, такіх 52,44 % ад агульнай колькасці



творчых супрацоўнікаў. Журналістыка прываблівае настаўнікаў (пераважна гісторыкаў і філолагаў), эканамістаў, інжынераў... Пры гэтым, ацэньваючы ўзровень сваёй прафесійнай кваліфікацыі, 14,3 % апытаных назвалі яго высокім, 73,47 % творчых супрацоўнікаў раённых газет лічаць яго дастатковым для работы на сваёй пасадзе і толькі 10,2 % прызнаюць, што пакуль ім усё ж не хапае патрэбных навываў і ўменняў [7, с. 53]. Дарэчы, у кожнай раённай газеце, зыходзячы з яе фінансавых магчымасцей, праблему прафесіяналізму кадраў вырашаюць па-свойму. Асаблівай увагі, напрыклад, заслугоўвае ініцыятыва рэдакцыі «Івацэвіцкага весніка»: пры зацікаўленасці ў канкрэтным супрацоўніку газета гатова кампенсаваць 50 % кошту яго профільнага навучання ў ВНУ.

Варта адзначыць, што на пачатку 2000-х гадоў у корпусе рэгіянальных журналістаў Беларусі пераважалі людзі з вопытам работы 20 і болей гадоў (57,4 %) [8, с. 28]. Сёння сітуацыя змянілася: кадравае амаладжэнне рэдакцый – станоўчая тэндэнцыя развіцця мясцовага друку, вынікам чаго стала творчае

ажыўленне, пашырэнне тэматычнай і жанравай разнастайнасці газет. Гэта характэрна і для мясцовых выданняў Брэстчыны. Дарэчы, сярэдні ўзрост творчых супрацоўнікаў раённых газет, рэдакцыі якіх прынялі ўдзел у нашым апытанні, – 40 гадоў.

Адным з найважнейшых фактараў павышэння прадукцыйнасці і эфектыўнасці працы з'яўляецца задаволенасць ёю. Адзначым, што 87,76 % журналістаў раённых газет Брэстчыны больш як на 50 % задаволены сваёй працай. Пры гэтым 20,4 % апытаных выбралі максімальны паказчык – на 100 %; 24,49 % – на 90 %, 16,33 % і 20,4 % – адпаведна на 80 % і 70 % [7, с. 54]. Аднак, на наш погляд, трэба мець на ўвазе і такі аспект: у цалкам задаволенага працай супрацоўніка адсутнічае імкненне да самаўдасканалення (у прафесійным і асобасным плане), зніжаецца ўзровень матывацыі, пагаршаецца зацікаўленасць у выніковасці.

Большасць журналістаў (66,67 % ад агульнай колькасці апытаных) адзначылі, што ўзровень іх працоўнай актыўнасці складае 90–100 %, г. зн. яны працуюць з поўнай самааддачай. Сярод творчых супрацоўнікаў раённых газет Брэстчыны ёсць і тыя, у каго ўзровень працоўнай актыўнасці па тых ці іншых прычынах дасягае толькі 40–50 % [7, с. 55]. Відавочна, пэўныя творчыя рэзервы ў рэдакцыях ёсць, таму для кіраўнікоў гэтых устаноў галоўнай бачыцца задача поўнага раскрыцця патэнцыялу сваіх супрацоўнікаў. У адваротным выпадку паўстае заканамернае пытанне: ці месца ў рэдакцыйным калектыве людзям, незацікаўленым у паспяховай дзейнасці выдання?

Вядома, для любога калектыву важныя пытанні працоўнай матывацыі. Для многіх творчых работнікаў рэгіянальных СМІ Брэстчыны асноўнымі матывуючымі фактарамі ў прафесійнай дзейнасці сталі адчуванне ўласнай запатрабаванасці, патрэба ў самарэалізацыі, павага з боку блізкіх людзей і ўсведамленне значнасці сваёй работы. Выданням з такімі супрацоўнікамі, безумоўна, будзе забяспечана доўгае жыццё. ■

ЛІТАРАТУРА

1. Белорусская национальная медиасреда: социологический аспект / под ред. О. Пролесковского, Л. Криштаповича. – Минск: Белорусский Дом печати, 2011.
2. Воробьев, В.П. Воспитательный потенциал региональной периодики / В.П. Воробьев // Идеология белорусского государства в процессе формирования личности специалиста: сб. статей / Под ред. О.Г. Слуки (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2012. – С. 14–23.
3. Кунахавец-Плявака, А. Раённы друк у пошуку свайго чытача / А. Кунахавец-Плявака // Веснік БДУ. Серыя 4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2016. – № 3. – С. 87–91.
4. Кунахавец-Плявака, А. Раённыя газеты Брэстчыны ў сучаснай медыяпрасторы / А. Кунахавец-Плявака // Веснік БДУ. Серыя 4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2015. – № 2. – С. 96–99.
5. Кунахавец-Плявака, А.І. Тэматычныя прыярытэты раённага друку ва ўмовах трансфармацыі сучаснай медыяпрасторы / А.І. Кунахавец-Плявака // Журнал Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Журналістыка. Педагогіка. – 2017. – № 2. – С. 33–39.
6. Слука, О.Г. Идеология инновационной коммуникации / О.Г. Слука // Рэгіянальныя СМІ ў сучаснай інфармацыйнай прасторы: матэрыялы Рэсп. навуц.-практ. семінара, 2–3 чэрв. 2011 г., Мінск / Рэдкал.: С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2011. – С. 18–29.
7. Кунахавец-Плявака, А. Журналіст раённага выдання: вопыт сацыялагічнага даследавання / А. Кунахавец-Плявака // Журналістыка-2017: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 19-й Міжнар. навуц.-практ. канф., 16–17 ліст. 2017 г., Мінск / Рэдкал.: С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 19. – Мінск: БДУ, 2017. – С. 52–56.
8. Дмитриев, Е.И. Журналисты региональных СМИ: социально-демографический портрет / Е.И. Дмитриев // Газета + радио. В помощь редакторам региональных СМИ. – Минск, 2004. – С. 27–49.