

---

**А. А. Градюшко**  
*Белорусский государственный университет*

## **БЕЛОРУССКАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

Перед медийной отраслью Республики Беларусь сегодня встает необходимость мультиканальной дистрибуции на различных платформах: газеты и сайты дополняют страницы в социальных сетях, публич-чаты и каналы в мессенджерах, аккаунты на *YouTube* и др. В 2018 г. мы начали комплексное исследование развития белорусской медиаиндустрии в условиях цифровизации. В результате проведенной работы к настоящему времени накоплен большой объем эмпирического материала.

Результаты опроса журналистов белорусских интернет-СМИ выявили несколько важных тенденций. По мнению экспертов, одна из главных проблем – адаптация сайта к мобильным устройствам. Анализируя ответы респондентов, мы пришли к выводу, что мобильные платформы задают новые стандарты планирования и создания журналистских материалов. Кроме того, редакторы белорусских онлайн-медиа считают серьезным вызовом для медиаиндустрии увеличение значимости видеоконтента.

На вопрос «Влияют ли новые технологии на журналистскую профессию?» 83,3% опрошенных нами руководителей региональных СМИ Гродненской области ответили, что труд журналиста в редакции изменился кардинально, и лишь 16,7% указали, что отчасти. Однако специальная должность, связанная с подготовкой публикаций для сайта, есть в 33,4% редакций. Более 78% респондентов согласны с утверждением, что вскоре смартфоны станут основным устройством для потребления новостей.

Полученные данные свидетельствуют о том, что белорусские медиа выбирают различные стратегии присутствия в цифровой реальности. В любом случае очевидно, что «в связи с технологизацией, конвергентными медиапроцессами работа журналиста локальной прессы меняется кардинально» [Свитич, 2015; 411]. Респонденты отметили, что не все СМИ могут позволить себе расширение штата, а также обучение журналистов, которые должны уметь создавать мультимедийный контент. В условиях глобаль-

---

ной цифровизации «без пересмотра старых моделей и концепций эффективное управление редакцией далее невозможно» [Вырковский, 2016; 209].

Белорусские медиаменеджеры противоречиво оценивают возможности монетизации новых цифровых медиаформатов. В первую очередь это касается государственных медиа, основной доход которым по-прежнему приносят печатные версии газет. В секторе негосударственных СМИ значительный рост показывают нативные форматы и коммерческие спецпроекты. Портал *Tut.by* выпускает до 10 партнерских публикаций в день, материалы с элементами нативной рекламы размещают также *CityDog.by*, *Onliner.by*, «Наша Ніва» и другие интернет-издания.

Таким образом, белорусская медиаиндустрия пытается ответить на глобальные вызовы ускорением цифровой трансформации, представляя журналистский контент в современных мобильных и визуальных форматах.

### **Литература**

*Вырковский А. В.* Трансформация редакционного менеджмента под влиянием дигитализации // Известия Саратовск. ун-та. Нов. серия. Сер. Филология. Журналистика. 2016. Т. 16. № 2. С. 209.

*Свитич Л. Г.* Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции // Вестн. Челябинск. ун-та. 2015. № 5 (360). С. 411.