2. Вахштайн В. Пересборка города: между языком и пространством // Социология власти. 2014. № 2. С. 9–38.
3. Гейл Я. Города для людей. М., 2012.
4. Лефевр А. Производство пространства. М., 2015.
5. Серто М. Призраки в городе // Неприкосновенный запас. 2010. №2 (70). С. 108–121.

А. А. Градюшко

Белорусский государственный университет

БЕЛОРУССКИЕ МЕДИА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО РАЗРЫВА

Развитие цифровой журналистики в Республике Беларусь сопряжено с рядом проблем. Цифровые технологии способствовали появлению уже не технологических, а содержательных разрывов в различных аспектах функционирования медиа, которые рассматриваются в настоящей статье.

Ключевые слова: цифровые технологии, мобильный интернет, медиапотребление, социальные медиа, лидеры мнений.

Автор: Александр Александрович Градюшко, кандидат филологических наук, доцент БГУ. webjournal@gmail.com

A. A. Hradziushka

Belarusian State University

BELARUSIAN MEDIA IN THE DIGITAL DIVIDE

The development of digital journalism in the Republic of Belarus is associated with a number of problems. Digital technologies have contributed to the emergence of no longer technological, but substantial divide in various aspects of the functioning of the media, which are discussed in this article.

Key words: digital technologies, mobile internet, media consumption, social media, digital influencers.

Author: Aleksandr Aleksandrovich Hradziushka. Associate Professor Belarusian State University. webjournal@gmail.com

Проблема цифрового неравенства в последние годы приобрела многоуровневый характер. На заре появления интернета люди делились на тех, кто присутствует в Сети, и тех, кого там нет. Этот технологический разрыв давно преодолен, однако стремительное развитие новых технологий привело к разрыву содержательному. Белорусская журналистика в конце 2010-х гг. стала уязвимой в условиях структурного давления меняющихся медиарынков по всей Европе. Впрочем, тренды, которые наиболее ярко проявляют себя на глобальном уровне, ретушируются национальным контекстом.

В первую очередь изменения затрагивают медиапотребление белорусов. В 2018 г. молодые ученые факультета журналистики Белорусского государственного университета

провели анкетирование абитуриентов, а также студентов 1 курса. Участниками исследования стали 148 человек в возрасте от 15 до 21 года. Выяснилось, что они постоянно «привязаны» к смартфонам. Респонденты используют мобильный интернет от 10 до 16 часов в сутки. Более того, 38,8% заходят в Сеть через короткие промежутки времени. Ежедневно большинство использует от 2 до 7 приложений, чаще всего это соцсети и мессенджеры. Из 148 опрошенных вообще не смотрят телевидение 49 человек, а 67 не слушают радио [2]. Результаты этого анкетирования служат предвестником сложных, опасных для медиа процессов.

Приоритеты белорусов в выборе массмедиа меняются. Так, согласно результатам социологического исследования, проведенного по заказу Администрации Президента Республики Беларусь, основным источником информирования о жизни в стране и за рубежом является телевидение — в 2018 г. так посчитало 72% населения. Два года назад эта цифра составляла 85,7% — разрыв увеличивается. На втором месте находится Интернет — 60,4%. Среди представителей всех возрастов наблюдается резкое снижение популярности печатных СМИ. Если в 2016 г. информацию из них получали 43,6% белорусов, то в 2018 г. этот показатель снизился до 28,8%. Более чем в два раза (с 28,5% до 12,5%) уменьшилась популярность радио.

Динамика перемен информационного пространства заставляет белорусские медиа изменять традиционные методы и формы работы. Нарастает таблоидизация медиа [5]. Выживание института СМИ зависит от двух факторов. Первый — насколько быстро медиа смогут измениться и встроиться в современную цифровую среду. Второй — смогут ли они удержать или построить вокруг себя сообщество. В этом контексте в Республике Беларусь особенно значимый разрыв на всех уровнях наблюдается между государственным и негосударственным медиасектором.

При определении эффективности работы интернет-СМИ в цифровой среде мы опирались на труды ряда российских исследователей, которые отмечают, что степень лояльности аудитории «косвенно характеризуют доли прямых заходов на сайт издания и заходов на сайт с помощью ссылок в социальных сетях» [1]. С помощью сервиса «Яндекс.Метрика» мы установили, что на сайтах ряда региональных государственных белорусских газет доля прямых заходов часто не превышает 7–15%, переходов с социальных сетей — не более 10%. Переходы из поисковых систем и из российских новостных агрегаторов («Яндекс.Дзен», «Яндекс.Новости» и др.) составляют значительную часть трафика.

Поскольку в информационно-коммуникационном пространстве Республики Беларусь наблюдается содержательный разрыв, он быстро заполняется непрофессиональными ресурсами [4]. Доля СМИ в медиапотреблении критично снижается. Контроль над массовой аудиторией сменился работой с микроаудиториями [3]. Повестку дня все чаще начинают задавать цифровые лидеры мнения, влияющие на большое количество людей. Это digital influencers в социальной и политической областях, знаменитости, блогеры, геймеры, спортсмены и др. Такие, например, как Антон Мотолько, Денис Блищ, Анна Бонд, Василий Телогрейкин, Максим Пушкин, Виталий Гурков, Александра Герасименя и другие медиаактивисты, имеющие десятки тысяч подписчиков в социальных сетях с высоким качеством аудитории.

Л и т е р а т у р а

1. Абашев В. В., Печищев И. М. Городские сетевые издания как агенты урбанизации // Город и медиа. Матер. межд. науч.-практ. конф. «Новые городские медиа в медиаландшафте России», 1–2 июня 2018 г., Пермь, 2018. С. 9–29.

2. Касперович-Рынкевич О. Н. Медиапотребление представителей поколения Z — студентов журфака БГУ // Журналистика-2018: стан, праблемы і перспектывы. Матэр. 20-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 15-16 ліст. 2018 г. / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.). Мінск : БДУ, 2018. С. 415–419.

3. Паранько С. В., Нигматуллина К. Р. Медиа как сообщества в новой цифровой реальности. Век информации. 2018. № 1 (2). С. 226–227.

4. Пустовалов А. В., Градюшко А. А., Нигматуллина К. Р. Городские СМИ vs районные паблики // Журналист. № 3. 27 февраля 2019. URL: <https://jrnlst.ru/community-media>

5. Харитонова С. В. Визуальные признаки таблоидизации городских газет // Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Я. Купалы. Сер. 3. Філалогія. Педагогіка. Псіхалогія. 2018. № 3. С. 43–47.

М. В. Жижина

Саратовский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ О МАССМЕДИА: ПЕРВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В тезисах представлены первые результаты эмпирического исследования социальных представлений молодежи о массмедиа. В исследовании приняли участие студенты Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского, объем выборки составил 1020 человек в возрасте от 17 до 23 лет.

Ключевые слова: социальные представления, студенческая молодежь, массмедиа, телевидение, интернет.

Автор: Мария Викторовна Жижина, кандидат педагогических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии СГУ. zhizhina5@mail.ru

M. V. Zhizhina

Chernyshevsky Saratov State University (Saratov, Russia)

YOUTH'S SOCIAL PERCEPTIONS OF MASS MEDIA: FIRST RESULTS

The theses presents the results of an empirical study of young people's social views on mass media such as the Internet and television. This study was done on the opinions of students Saratov State University of N. G. Chernyshevsky with a sample number of 1020 people aged 17 to 23.

Key words: social perceptions, student youth, mass media, television, Internet.

Author: Maria Viktorovna Zhizhina. Candidate of pedagogics science, associate professor Saratov State University named after N.G. Chernyshevsky. zhizhina5@mail.ru

В своих прежних работах мы уже отмечали, что изучение психологических особенностей социальных представлений о массмедиа — это новая область медиапсихологического анализа; в междисциплинарных исследованиях массмедиа преимущественно рассматриваются в качестве фактора формирования социальных