

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра теории и методологии журналистики**

**ВИДЕОКОНТЕНТ БЕЛОРУССКИХ СМИ В ИНТЕРНЕТЕ**

Дипломная работа

студентки 5 курса,  
специальность  
«Журналистика (веб-  
журналистика)»;  
дневная форма обучения)  
РАК Юлии Михайловны

Научный руководитель:  
доктор филологических наук,  
кандидат искусствоведения, профессор  
ФРОЛЬЦОВА Нина Тихоновна

Рецензент:  
кандидат филологических  
наук, доцент  
ШИМОЛИН Виктор Иванович

Минск, 2014

## РЕФЕРАТ

Производство видеоконтента белорусскими СМИ в интернете находится на начальной стадии развития. Лишь немногие средства массовой информации выпускают уникальные видеосюжеты регулярно. Лидерами в производстве онлайн-видео в Беларуси являются телеканалы, информационные агентства и крупные порталы. Однако контент сайтов телеканалов – это в основном дублирование эфирных программ. Несмотря на популярность видеосюжетов в интернете, монетизация подобного контента пока является сложной задачей.

В основу работы положены книги, посвященные развитию интернет-журналистики в целом (А. А. Градюшко, М. М. Лукина,), а также ежегодные обзоры развития медиаиндустрии того или иного региона («State of the News Media 2014» от Pew Research Center, «Тенденции развития новостного сегмента медиаотрасли России» от Центра Исследований РИА Новости). Новизна исследования заключается в том, что впервые в отечественной науке видеосюжеты белорусских СМИ, размещенные в Сети, подвергаются подробному анализу.

**Объектом** данного исследования является видеоконтент белорусских средств массовой информации в интернете. **Предмет** исследования – особенности использования уникальных и заимствованных видеоматериалов ведущими белорусскими аудиовизуальными СМИ, онлайн-изданиями и версиями печатных СМИ в Интернете.

**Цель** работы – отразить специфику видео в интернете, описать возможные варианты его использования в СМИ и оценить, насколько эффективно белорусские СМИ используют видео в своей работе. Для достижения цели поставлены следующие **задачи**:

- описать основные характеристики видеоконтента, особенности его создания, использования и продвижения.
- исследовать использование видеоконтента белорусскими СМИ.
- проанализировать специфику белорусского новостного онлайн-видео: профессионализм, уникальность, востребованность аудиторией.

В дипломном исследовании использованы **методы** описательный, аналитический, сопоставительный.

**Объем** дипломной работы составляет 64 страницы.

Количество приложений — 1(таблица).

Количество использованных источников — 61.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ВИДЕОКОНТЕНТ, БЕЛОРУССКИЕ СМИ, ТЕЛЕКАНАЛ, МОНЕТИЗАЦИЯ, РЕКЛАМА, ОНЛАЙН ВИДЕО, СЮЖЕТ, РОЛИК.

## РЭФЕРАТ

Вытворчасць відэакантэнт у беларускімі СМІ ў інтэрнэце знаходзіцца на пачатковай стадыі развіцця. Толькі нешматлікія СМІ выпускаюць унікальныя відэасюжэты рэгулярна. Лідэрамі ў вытворчасці анлайн-відэа ў Беларусі з'яўляюцца тэлеканалы, інфармацыйныя агенствы і буйныя парталы. Аднак кантэнт сайтаў тэлеканалаў - гэта ў асноўным дубліраванне эфірных праграм. Нягледзячы на папулярнасць відэасюжэтаў ў інтэрнэце, манетызацыя такога кантэнт у пакуль з'яўляецца складанай задачай.

У аснову працы пакладзены кнігі, прысвечаныя развіццю інтэрнэт-журналістыкі ў цэлым (А. А. Градзюшка, М. М. Лукіна,), а таксама штогадовыя агляды развіцця медыяіндустрыі таго ці іншага рэгіёна ("State of the News Media 2014» ад Pew Research Center, «Тэндэнцыі развіцця навінавага сегмента медыяотраслі Расіі» ад Цэнтра Даследаванняў РІА Навіны). Навізна даследавання заключаецца ў тым, што ўпершыню ў айчынай навуцы відэасюжэты беларускіх СМІ, размешчаныя ў Сеціве, падвяргаюцца падрабязнаму аналізу.

**Аб'ектам** дадзенага даследавання з'яўляецца відэакантэнт беларускіх сродкаў масавай інфармацыі ў інтэрнэце. **Прадмет** даследавання - асаблівасці выкарыстання ўнікальных і запазычаных відэаматэрыялаў вядучымі беларускімі аўдыявізуальнымі СМІ, анлайн-выданнямі і версіямі друкаваных СМІ ў інтэрнэце.

**Мэта** працы - адлюстраваць спецыфіку відэа ў інтэрнэце, апісаць магчымыя варыянты яго выкарыстання ў СМІ і ацаніць, наколькі эфектыўна беларускія СМІ выкарыстоўваюць відэа ў сваёй працы. Для дасягнення мэты пастаўлены наступныя **задачы**:

- апісаць асноўныя характарыстыкі відэакантэнт у, асаблівасці яго стварэння, выкарыстання і папулярнагацыі.
- даследаваць выкарыстанне відэакантэнт у беларускімі СМІ.
- прааналізаваць спецыфіку беларускага анлайн-відэа, прысвечанага навінам: прафесіяналізм, унікальнасць, запатрабаванасць аўдыторыяй.

У дыпломным даследаванні выкарыстаны метады апісальныя, аналітычныя, супастаўляльныя.

**Аб'ём** дыпломнай працы складае 64 старонкі.

Колькасць дадатковых матэрыялаў - 1 (табліца).

Колькасць выкарыстаных крыніц - 61.

Ключавыя словы: ІНТЭРНЭТ-ТЭЛЕБАЧАННЕ, ВІДЭАКАНТЭНТ, БЕЛАРУСКІЯ СМІ, ТЭЛЕКАНАЛ, МАНЕТЫЗАЦЫЯ, РЭКЛАМА, АНЛАЙН ВІДЭА, СЮЖЭТ, РОЛК.

## ABSTRACT

Belarusian mass media's news online video production is in its infancy. Few medias release unique videos regularly. TV channels, news agencies and major portals are the leaders in the production of online video in Belarus. However, channels site's content it's mostly duplication of TV air programs. Despite of the popularity of news online videos, monetization of such content is challenging.

The work is based on the books devoted to the development of online journalism in general (A. A. Gradyushko, M. M. Lukina), as well as on annual reviews of the development of the media industry of a particular region («State of the News Media 2014" by the Pew Research Center, «Trends Russian news media industry segment" by the Center for Research RIA Novosti). At this research in the national science videos of the belarusian media, placed on the Web, are subjected to a detailed analysis for the first time.

The **object** of the research is online video produced by belarusian mass media. **Subject** of investigation is using unique and borrowed video by leading belarusian audiovisual mass media, online and print media on the Web.

**Purpose** is to reflect specific features of online videos, to describe the possible variants of its using in mass media and assess whether effectively belarusian medias use video in their work. **Problems** solved to achieve this goal are:

- to describe the main characteristics of the video, features of its creation, use and promotion.
- to investigate the application of belarusian media's video.
- to analyze professionalism, uniqueness, relevance audience of the belarusian news online video.

Research **methods** are descriptive, analytical, comparative.

The **content** of the the diploma is 64 pages.

Number of applications is 1 (table).

Number of used sources is 61.

Keywords: INTERNET TV, CONTENT, BELARUSIAN MASS MEDIA, TV CHANNEL, MONETIZATION, ADVERTISING, ONLINE VIDEO, ITEM, REEL.