

2. Scyrier, Bill. Apps Contests are Stupid [Электронный ресурс] // Government Technology. – Режим доступа: <http://www.govtech.com/dc/blog/apps-contests-are-stupid-070213.html>. – Дата доступа: 08.02.2017.
3. Porway, Jake. You Can't Just Hack Your Way to Social Change // Harvard Business Review. – Режим доступа: <https://hbr.org/2013/03/you-cant-just-hack-your-way-to>. – Дата доступа: 08.02.2017.
4. GoToHack // GoTo – Режим доступа: <http://goto.msk.ru/hackathon/#services>. – Дата доступа: 08.02.2017.
5. Овчинникова, Евгения. Хакагон. Как организовать хакагон // Студия Михаила Кечинова. – Режим доступа: http://mkechinov.ru/hackathons_manual.html. – Дата доступа: 08.02.2017.
6. DeepHack – Режим доступа: <https://hbr.org/2013/03/you-cant-just-hack-your-way-to>. – Дата доступа: 08.02.2017.
7. Sorokin, Ivan and etc. Deep Attention Recurrent Q-Network // Arxiv.org. – Режим доступа: <https://arxiv.org/pdf/1512.01693.pdf>. – Дата доступа: 08.02.2017.
8. Briscoe, Gerard, Mulligan, Catherine. Digital Innovation: The Hackathon Phenomenon // CREATIVWORKS LONDON WORKING PAPER NO.6, 2014. – Режим доступа: <http://www.creativeworkslondon.org.uk/wp-content/uploads/2013/11/Digital-Innovation-The-Hackathon-Phenomenon1.pdf>. – Дата доступа: 08.02.2017.

Елена Красовская

Белорусский государственный университет

РЕГИОНАЛЬНАЯ МЕДИАСИСТЕМА КАК МЕДИАИНСТИТУТ, МЕДИАПРЕДПРИЯТИЕ И МЕДИАСООБЩЕСТВО

Система СМИ Республики Беларусь, или национальная медиасистема, состоит из совокупности автономных региональных медиасистем. Например, в Гродненской области выходит общественно-политическая газета «Гродзенская праўда», работает телеканал «Беларусь 4 Гродно» и радиостанция «Радио Гродно». Все перечисленные средства массовой информации имеют собственные сайты в Интернете. Таким образом, в Гродненском регионе сформировалась автономная медиасистема, благодаря чему его жители получают информацию о местных событиях в полном объеме. При этом региональные медиасистемы взаимосвязаны, образуя внутри национальной системы СМИ сложную многоуровневую структуру. Так, «Радио Гродно» можно услышать в Гродненской, Брестской и Минской областях, где также существуют свои автономные медиасистемы. В данном случае на одном структурном уровне националь-

ной медиасистемы пересекаются несколько автономных региональных медиасистем.

Исходя из современных реалий, исследователи трактуют медиасистему как *сложную многоуровневую и многовекторную среду*, образованную:

- *медиаинститутами* в их взаимодействии между собой и во взаимодействии с обществом, другими его институтами, а также индивидуумами/гражданами (аудиторией);
- взаимосвязанной и конкурентной *системой предприятий медиарынка*, включающего в себя как отдельные типологические сегменты традиционных и новых медиа – прессу, телерадиовещание, онлайн-СМИ, так и инфраструктурные предприятия, т. е. производящие компании;
- определенными *профессиональными сообществами* и видами деятельности по созданию, производству и распространению медиапродуктов и медиауслуг [6, с. 14–15].

Подход, при котором медиасистема рассматривается как особый институт, взаимодействующий с другими институтами, обществом и гражданами, уже стал традиционным. Считается, что на основе полученной информации результатом такого взаимодействия становится совместная позиция по отношению к происходящему, совместные планы действий, а значит, и последующее совершенствование общественных отношений. Сегодня для Республики Беларусь наиболее актуальным становится вопрос перехода общества и государства к степени высокого устойчивого развития, конкурентоспособности продукции на мировом рынке и безопасности населения (в производстве, быту, социальной сфере). Названные аспекты отражены в таких документах, как Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы, Национальная стратегия инновационного развития Республики Беларусь на период до 2020 года и Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года.

Региональная медиасистема как особый институт играет важную роль в процессе выработки позиции граждан и других институтов в отношении выбранного курса инновационного развития, так как в результате деятельности этого института становятся понятны основные этапы строительства инновационного общества. Анализ научной литературы по проблеме инновационного развития Республики Беларусь [2; 3; 8; 9; 10; 11; 14] показывает, что для перехода к инновационному обществу

должен быть решен ряд задач: 1) сформирована политическая культура человека и общества; 2) организована культурно-просветительская работа в процессе реализации инновационных экономических проектов; 3) обеспечено качественное образование и соответствующая квалификационная компетентность на производстве; 4) сформирован высокий уровень духовности, морально-этического состояния личности.

Из всех средств массовой информации, которые входят в региональную медиасистему, именно печатные пользуются наибольшим доверием аудитории, так как авторитет прессы подкрепляет многовековая культура письменной речи, заключенная в сам «генотип» массовых коммуникаций [5, с. 93]. В отличие от журналов, газеты отличаются большей оперативностью и более частой периодичностью, а это значит, что региональные газеты более активно формируют у своей аудитории инновационно ориентированный тип мышления и побуждают их к инновационной деятельности.

Контент-анализ областной газеты «Гродзенская праўда» за 2016 год (всего изучено 8 номеров, что составляет 224 страницы) продемонстрировал, что издание на достойном уровне освещает те вопросы, которые необходимо решить, чтобы обеспечить переход к степени устойчивого развития общества и государства. В рамках социально-политической тематики прослеживается вектор, направленный в сторону решения такой задачи, как *формирование политической культуры человека и общества*. На это нацелены блоки заметок, публиковавшиеся под постоянной рубрикой «Выборы–2016» (№ 57, с. 2). В широком спектре социально-экономической тематики четко выявляется направление, когда СМИ осуществляют *культурно-просветительскую работу при реализации инновационных экономических проектов*. В частности, на популяризацию инновационной деятельности среди молодежи направлена серия заметок, в которых рассказывается о ходе конкурса «100 идей для Беларуси». В заметке Ж. Байгот «Будущее рождается сегодня» называются имена пяти победителей полуфинала, который прошел в Гродненской области, и описываются изобретения, с которыми ребята отправятся на финальный тур конкурса в Минск (№ 1, с. 9). В заметке «Есть идея!» этого же автора сообщается о старте ежегодной проекта «100 идей для Беларуси» и результатах его зональных этапов: школьники, учащаяся молодежь, а также молодые специалисты в возрасте до 31 года презентовали свои задумки, идеи, проекты, из числа которых жюри определило пять победителей. Среди них – одиннадцатиклассник средней шко-

лы № 10 г. Слонима Дмитрий Басак, который представил новый метод определения жирности молока (№ 85, с. 8).

В рамках социально-бытовой тематики видно, как решается задача по *обеспечению качественного образования и соответствующей квалификационной компетентности на производстве*. Например, о том, как сделать процесс обучения школьников более интересным и эффективным говорится в заметке Ж. Котовой «Компьютер и школьник»: «Эта тема не случайно оказалась в центре внимания. Дети с раннего возраста осваивают компьютер. Правда, чаще он становится просто игрушкой, а познавательные, в частности, образовательные цели стоят далеко не на первом месте. Вместе с тем применение информационных технологий способствует повышению мотивации обучения учащихся, лучшему представлению и пониманию учебного материала» (№ 30, с. 5).

Проблему квалификационной компетентности на производстве журналисты газеты презентуют, подробно рассматривая самый главный этап – приобретение высокой квалификации в процессе обучения. О том, какие хорошие условия созданы для этого в Скидельском государственном сельскохозяйственном производственном лицее – в заметке «Передовой опыт для рабочих специальностей». Журналист Т. Мостовская пишет, что в лицее реализуется инновационный республиканский образовательный проект «Внедрение интерактивных средств обучения в процесс преподавания предметов профессионального компонента»: «Современный директор уверен, что в нынешних условиях, когда на каждом успешном предприятии имеются передовые технологии, учебные заведения также не должны отставать. Их задача – подготовить специалистов, способных работать на новейшем оборудовании. Доски с мелом для этого недостаточно. Именно поэтому в лицее такое внимание уделяется материально-технической базе и современным формам обучения» (№ 58, с. 4). Благодаря такому подходу к работе Скидельский государственный сельскохозяйственный производственный лицей занимает лидирующие позиции среди профессиональных лицеев области, а его выпускники не имеют сложностей с трудоустройством.

В рамках культурной тематики получает отражение такая задача, как *формирование высокого уровня духовности, морально-этического состояния личности*. При этом на первый план в журналистских материалах выходят такие ценности, как патриотизм, ответственность, креативность. Наиболее ярко все перечисленные ценности представлены в событийной зарисовке Т. Кузнеченковой «В поисках истории», где рас-

сказывается о пенсионере И. Мацейко из г. Волковыска, который разработал городскую квест-игру: «Суть в том, что командам-участникам выдаются фотографии зданий, памятников или фрагментов, которые есть в Волковыске или когда-то были в городе. Задача – отыскать их (или те, что построены на их месте) и сфотографировать». Журналист сообщает, что первая квест-игра была посвящена теме Великой Отечественной войны, вторая – Дню освобождения города, а для третьей повода уже не искали – настолько квесты стали популярны. «Я подготовил тридцать маршрутов, в том числе и автомобильные. А это примерно 60 объектов, – поясняет Игорь Мацейко. – В части заданий предложил по мемориальным табличкам найти памятники. После игры общался со всеми участниками, и они сказали, что теперь знают, какой памятник, кому и где установлен. Это очень здорово. В этом и есть смысл: чтобы люди больше узнавали родной город, его историю» (№ 85, с. 32).

С другого ракурса проблему формирования высокого уровня духовности рассматривает журналист Т. Мостовская. В заметке «На общем духовном фундаменте» она рассказывает о плодотворном сотрудничестве Гродненского государственного университета имени Янки Купалы и Гродненской епархии Белорусской православной церкви, которые решили его продолжить в ближайшие пять лет, подписав соответствующий документ. В программе сотрудничества на ближайшие пять лет – совместные проекты, которые смогут привлечь широкую общественность. Это мероприятия научной, волонтерской и просветительской направленности. Например, сотрудничество при подготовке социальных работников, которым в профессиональной деятельности предстоит общаться с разными людьми (№ 2, с. 4).

Проведенный контент-анализ публикаций областной газеты «Гродзенская праўда» позволяет сделать вывод, что печатные СМИ, будучи частью региональной медиасистемы, отражают изменения, которые происходят в жизни белорусского общества и побуждают аудиторию к инновационной деятельности, а значит, региональная медиасистема как социальный институт выполняет свои функции.

Подход, при котором медиасистема трактуется как система предприятий медиарынка, тоже широко распространен. Согласно ему медиапредприятие, как и любое коммерческое предприятие, в условиях рыночной экономики стремится к максимизации прибыли. При этом различные предприятия ведут себя на рынке по-разному. Медиапредприятия, входящие в медиасистему Гродненской области, тоже применяют разные стратегии поведения на рынке.

Так, телерадиокомпания «Гродно» в своей деятельности использует традиционный сценарий, когда медиапредприятие стремится увеличить доходы за счет рекламы: телерадиокомпания предлагает такие услуги, как размещение рекламы на телевидении; размещение рекламы на радио; изготовление презентационных фильмов; изготовление рекламных сюжетов и роликов [13]. В отличие от нее, телерадиовещательный канал «Гродно Плюс» выбрал иное направление – увеличение доходов за счет оптимизации организационной структуры. «Телерадиовещательный канал «Гродно Плюс» – это городской медиахолдинг. Под одной крышей находятся, по сути, три редакции: телеканал «Гродно Плюс», радио «МФМ 105.0» и журнал «Гродно» (печатное издание – это новое направление работы ТВРК «Гродно Плюс», первый номер вышел в сентябре 2016 года)» – так позиционирует себя холдинг на официальном сайте [12]. Рекламные услуги телерадиовещательный канал «Гродно Плюс» тоже оказывает, но делает это в виде бегущей строки, не вкладывая ресурсы в более дорогостоящее производство видеороликов и презентационных фильмов.

В большинстве современных исследований медиасистема рассматривается как экономическая или социальная система, встречается также трактовка медиасистемы как медиаполитической системы [5, с. 16]. Тем не менее, подход, при котором в понятие медиасистемы включается журналистское сообщество, тоже начинает набирать популярность. И это ответ на изменения, происходящие в структуре медиасистем разных стран. В Республике Беларусь это хорошо прослеживается на примере медиасистемы Гродненского региона, где стартовал необычный проект: в инновационный медийный кластер объединились редакция газеты «Гродзенская праўда», областное отделение Белорусского союза журналистов, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы и главное управление идеологической работы, культуры и по делам молодежи облисполкома. «Реализация этой идеи нацелена на многогранный эффект, – прокомментировал решение об организации медийного кластера на тот момент главный редактор газеты «Гродзенская праўда» П. Сухоруков. – Это рост нашего общего влияния на информационное поле, повышение экономической эффективности деятельности каждого из участников кластера, а также повышение уровня журналистики в регионе в результате активного обмена опытом и повышения профессионального уровня сотрудников редакций в сотрудничестве с кафедрой ГрГУ» [7, с. 3]. В перспективе – объединение в кластер радио и телеви-

дения, чтобы районные телерадиокомпании стали региональными представителями областной телерадиокомпании «Гродно».

Журналистским сообществом, которое объединил кластер, запланированы выездные семинары в редакции средств массовой информации г. Минска и других областей Беларуси, конкурс инновационных проектов студентов и молодых специалистов в сфере медиакоммуникаций, региональный конкурс СМИ учреждений среднего, профессионально-технического и среднего специального образования. Как показывает практика, такие мероприятия пользуются большой популярностью. Так, с каждым годом на Республиканский молодежный фестиваль медиапроектов «Медиасфера», который проходит в Гродненском государственном университете имени Янки Купалы, поступает все больше творческих работ. В 2016 году в конкурсе участвовало 122 ролика. Интерес к конкурсу проявляют не только студенты: за звание победителя боролись 7 вузов, два колледжа и двадцать школ. При этом были представлены все регионы страны [4, с. 5]. Этот факт свидетельствует о желании молодежи приобщиться к журналистскому сообществу, а значит – о хорошей перспективе задействовать этот креативный ресурс для развития региональной медиасистемы.

Литература

1. Играев, Б.А. Современная периодическая печать в системе экономических коммуникаций: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Б.А. Играев. – М., 2013. – 184 с.
2. Информационное общество: проблемы правовых, экономических и социально-гуманитарных наук: материалы II международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и студентов; г. Могилев, 21 апреля 2016 г. В двух частях/ ред. кол. С.Ф. Сокол [и др.]. – Минск: «БИП – Институт правоведения». – Ч. I. – 2016. – 154 с.
3. Информационно-образовательные и воспитательные стратегии в современном обществе: национальный и глобальный контекст: материалы международной научной конференции, г. Минск, 12–13 ноября 2009 г. – Минск: **Право и экономика**. – 2010. – 755 с.
4. Козловская, В. Новая «Медиасфера» / В. Козловская // Гродзенская праўда. – 2016. – 16 красавіка. – С. 5.
5. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: учеб. пособие / С.Г. Корконосенко. – М.: КНОРУС, 2016. – 272 с. – (Бакалавриат).
6. Медиасистема России: учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Варгановой. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. – 384 с.
7. Новицкая, Л. Журналистика завтрашнего дня / Л. Новицкая // Гродзенская праўда. – 2016. – 5 сакавіка. – С. 3

8. Перспективы инновационного развития Республики Беларусь: сб. науч. статей V Междунар. науч.-прак. конф. (Брест, 24–25 апр. г. Брест, 2014 г.); редкол.: А.М. Омелянюк [и др.]. – Брест: Альтернатива. – 2014. – 368 с.
9. Постсоветское пространство в миропорядке XXI века: приоритеты, особенности, будущее: материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, окт. 2010 г. / Белорус гос. ун-т [и др.]; редкол.: А.Н. Данилов (гл. ред.), В.Ф. Гигин, С.Г. Мусиенко. – Минск: Медиафакт, 2011. – 288 с.
10. Слука, О.Г. Идеология современного развития Республики Беларусь в воспитательном процессе / О.Г. Слука // Идеология белорусского государства в процессе формирования личности специалиста: сб. статей / Под ред. О.Г. Слуки (гл. ред.) [и др.]. – Минск; БГУ, 2012. – С 84–92.
11. Слука, О.Г. СМИ Беларуси в условиях строительства социально ориентированной экономики / О.Г. Слука. – Минск; БГУ, 2011. – 59 с.
12. Телерадиовещательный канал Гродно Плюс. О нас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://grodnoplus.tv.by/o-nas/istoriya>. – Дата доступа: 14.02.2017.
13. Телерадиокомпания Гродно. Реклама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tvgrodno.by/reklama>. – Дата доступа: 14.02.2017.
14. Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 75-летию БГЭУ (Минск, 20 мая 2008 г.): в 2 т. – Минск: БГЭУ, 2008. – Т. 1. – 563 с.

Аляксей Крывалап

Полацкі дзяржаўны ўніверсітэт

ПРАЦЭС КАНВЕРГЕНЦЫІ МЕДЫЯ ЯК ДАСЛЕДЧАЯ ПРАБЛЕМА

На сёння падаецца немагчымым абмяркоўваць стан журналістыкі і змест сеткавых медыя ў сучасных умовах без тлумачэнняў і спасылак на прыклады канвергенцыі. Яшчэ жывыя людзі, якія стваралі першыя інтэрнэт-сайты для беларускіх выданняў, калі было прымальным проста запампаваць на сервер pdf-файл газеты фармату А2 і не хвалявацца пра тое, як і хто гэта будзе чытаць. Калі пра зручнасць выкарыстання і інтэрактыўнасць ва ўзаемадзеянні з аўдыторыяй нават і размоў не было. Тым не менш, глабальны працэс збліжэння і ўзаемных трансфармацый медыя не звяртае ўвагу на лакальныя хуткасці і адметнасці ўкаранення тых ці іншых новых тэлекамунікацыйных тэхналогій.

Калі ў Беларусі з'явіўся трэці апэратар мабільнай сувязі, то карыстальнікі (і не толькі яны) не адразу зразумелі, што мабільная сувязь імкліва трансфармуецца ў мабільны інтэрнэт, а следам змяніліся