

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УДК 070.1(476):008(043.3)

КАСПЕРОВИЧ-РЫНКЕВИЧ
Ольга Николаевна

МАССМЕДИЙНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук
по специальности 10.01.10 – журналистика

Минск, 2017

Научная работа выполнена в Белорусском государственном университете

Научный руководитель

Слука Олег Георгиевич

доктор исторических наук, профессор,
профессор кафедры истории журналистики
и менеджмента СМИ
Института журналистики
Белорусского государственного университета

Официальные оппоненты:

Ивченков Виктор Иванович

доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой стилистики и
литературного редактирования
Института журналистики
Белорусского государственного университета

Соколов Игорь Николаевич

кандидат филологических наук, доцент
главный редактор еженедельника
«Аргументы и факты в Белоруссии»

Оппонирующая организация

Учреждение образования
«Минский государственный
лингвистический университет»

Защита состоится 26 октября 2017 г. в 14.00 на заседании совета по защите диссертаций Д 02.01.08 при Белорусском государственном университете по адресу: 220030, г. Минск, ул. Ленинградская, 8 (корпус юридического факультета), ауд. 407.

Телефон ученого секретаря +375 17 259 70 24.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белорусского государственного университета.

Автореферат разослан: «26» сентября 2017 г.

Ученый секретарь
совета по защите диссертаций
кандидат филологических наук,
доцент

Л. П. Саенкова-Мельницкая

КРАТКОЕ ВВЕДЕНИЕ

Стремительный рост производимой и распространяемой человечеством информации влечет за собой глобальную эволюцию общества, развивая навыки быстрого потребления и анализа получаемой информации. Во многом справиться с поставленной задачей человеку помогают технологии, выступающие объектом экономики. В кризисных условиях инновационный путь развития экономики требует поиска оптимальных решений возникающих проблем и трудностей, систематизации имеющихся производственно-технологических ресурсов для устойчивого развития государства. Для средств массовой информации главной задачей является информационное обеспечение инновационной экономики страны. В начале 1990 годов в Беларуси был объявлен стратегический курс на построение экономики, основанной на науке и технологиях. А в 2006 г. на третьем Всебелорусском народном собрании были одобрены Основные положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2010 годы. В Послании к белорусскому народу и Национальному собранию в апреле 2017 г. Президент Республики Беларусь А. Г. Лукашенко в очередной раз подчеркнул, что «приоритет – создание прочной, конкурентоспособной экономики, экономики завтрашнего дня. Именно она является основой нашего суверенитета».

Актуальность исследования обусловлена национальным вектором развития, который направлен на производство инновационных технологий в целях модернизации и экономического роста Республики Беларусь. Медиа технологии и средства массовой информации выступают коммуникационным инструментом инновационного развития страны. На действующем этапе функционирования производительных сил одним из главных факторов устойчивого развития является формирование инновационного сознания белорусских граждан, что в первую очередь определяет успешное решение социально-экономических задач. В этой связи наиболее эффективные медиатеchnологии являются первостепенным фактором выполнения инновационных проектов.

В современной науке значительно активизировались исследования в области инноватики (науки управления процессами преобразования научных достижений в инновации). При этом ученые изучают как разработку теоретико-методологических проблем становления и развития данной отрасли знания, так и практические результаты инновационной деятельности. Инновационный путь развития, который выбрала Республика Беларусь, предполагает максимальную интеграцию науки и экономики. Применение инноваций в массмедиа и роль СМИ в распространении новшеств белорусскими учеными изучено менее, чем

принципы новой экономики, механизмы управления инновациями на производстве. В Беларуси формируется инновационная медиашкола, в которую наравне с учеными входят ведущие практики массмедиа. Значимыми во всестороннем осмыслении и исследовании функционирования современных традиционных и новых медиа, а также системной сущности коммуникационного взаимодействия субъектов информационной сферы являются работы Е. Барановой, В. Ивченкова, О. Слуки, А. Градюшко, А. Потребина, И. Сидорской, А. Петроченко, Н. Левчука, С. Венедиктова и др.

Инновационная экономика, наука и образование стали приоритетами, обуславливающими национальную стратегию развития государства в двадцать первом веке. В Посланиях к белорусскому народу и Национальному собранию последних двух лет Президент А. Г. Лукашенко отметил, что будущее нашей экономики по всем направлениям – это наука. Именно с ней связан переход страны на инновационные рельсы в нынешнем Году науки. Основопологающей триадой устойчивого социально-экономического развития Беларуси на период до 2030 года являются человек, экономика и экология, а системообразующим блоком функционирования модели – социально-ориентированное, экономически эффективное и экологозащитное развитие страны с учетом удовлетворения потребностей нынешних и, что важнее, будущих поколений.

Во времена всеобщей доступности к распространению информации (социальные сети, блоги) наблюдается диверсификация журналистики как профессиональной деятельности. Журналистская деятельность не ограничена только подготовкой сюжетов и статей, все большую роль приобретает медиаменеджмент, медиамаркетинг. Происходит перераспределение внимания с написания текста и создания теле-, аудиопрограмм на их эффективное распространение. Трансформируются понятия газета и журнал, а сами печатные СМИ чаще функционируют в онлайн-версиях.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с крупными научными программами и темами. В диссертации на основе комплексного анализа фактического материала и переосмысления результатов прежних исследований рассматриваются медиатехнологии в процессе реализации инновационного развития Республики Беларусь, а также крупнейшие инновации мировой медиасреды, которые находят свое применение в Беларуси.

Работа связана со следующими программами и темами Института журналистики БГУ в 2013–2017 гг.: «Модернизация журналистики как социального,

экономического и политического институтов общества в условиях конвергенции СМИ и эволюции медиапотребления» (№ госрегистрации 20130431), выполняемой на кафедре медиалогии и веб-журналистики; «Белорусская журналистика в контексте мировых тенденций развития медиасферы» (№ госрегистрации 20130791), выполняемой на кафедре теории и методологии журналистики, утвержденные 28 ноября 2012 г. (протокол № 4) на заседании Ученого Совета Института журналистики Белорусского государственного университета.

Тема исследования соответствует п. 11 «Общество и экономика», п. 12 «Междисциплинарные исследования» Перечня приоритетных направлений научных исследований Республики Беларусь на 2016–2020 гг., утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь №190 от 12.03.2015 г. Диссертационное исследование отвечает требованиям Государственной программы научных исследований «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества», 2016–2020 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 10 июня 2015 г. №483.

Цели и задачи исследования. *Цель* исследования – разработать систему комплексного воздействия национальных массмедиа на процесс инновационного развития Республики Беларусь. Для достижения этой цели были поставлены и решены следующие *задачи*:

- 1) установить особенности институализации инновационного развития Республики Беларусь, выделить социальные преобразования под воздействием новых медиатехнологий;
- 2) разработать принципы формирования инновационной коммуникации в новом медийном обществе с определением используемых медиаинструментов;
- 3) обосновать значение и выявить потенциал медийных экономически ориентированных технологий в инновационном развитии;
- 4) провести структурный анализ инновационной проблематики в белорусских СМИ и определить жанрово-стилистическую специфику инновационного медиаконтента.

Объект исследования – национальная инновационная система Республики Беларусь.

Предмет исследования – массмедийный потенциал в процессе реализации государственной программы инновационного развития.

Научная новизна и значимость полученных результатов. Диссертационная работа является первым в белорусской науке комплексным исследованием в сфере применения медийных экономически ориентированных технологий стимулирования эффективности национальной инновационной системы

Республики Беларусь. Впервые в научный оборот вводится понятие массмедийного потенциала, нацеленного на успешное инновационное развитие.

Положения, выносимые на защиту:

1. В Республике Беларусь осуществляется переход к инновационной экономике, которая является основным фактором достижения устойчивого развития государства, высокого уровня и качества жизни граждан. Закономерными особенностями институализации инновационного процесса в Беларуси являются динамично возрастающая производственная инновационная активность государства и общественных структур, формирование инновационного сознания общества, поступательное внедрение информационных технологий во все сферы жизнедеятельности, увеличение научных исследований и расширение финансирования инновационных проектов. Одним из основных факторов разработки и внедрения инноваций являются медиатехнологии. В медийном обществе инновационные проекты внедряются в политическую, экономическую, социально-культурную и научно-образовательные сферы белорусского государства. Сознание белорусских граждан под воздействием инновационных медиатехнологий трансформируется в качественно новые творчески-ориентированные и производственно-эффективные типы, что является основой экономики знаний и выхода белорусского государства на пятый и шестой технологические уровни развития. В данном контексте складываются предпосылки для формирования «человека медийного» и «человека инновационного».

Применение комплекса различных методов исследования, обеспечивающих получение результатов, объективно отражающих современное состояние проблемы, позволило определить массмедийный потенциал в инновационном развитии Республики Беларусь, который означает совокупность медиатехнологий и творческих средств журналистики, необходимых для реализации инновационного развития через средства массовой информации.

2. Инновационная коммуникация эволюционирует в информационном пространстве в журналистику инноваций, которая формирует в общественном сознании психологическое восприятие необходимости внедрения новых технологий. Принципами формирования инновационной коммуникации в новом медийном обществе выступают интерактивность, диалогичность, визуализация, совершенствование собственного стиля и лингвистики СМИ, монетизация контента, наращивание аудитории в социальных сетях, составляющие новую философско-инновационную реальность медийного общества.

Процессы формирования современной инновационной коммуникации соответствуют объективным социально-экономическим условиям развития государства, необходимости обеспечения нового уровня запросов информацион-

ного общества и осуществляются в журналистском политико-экономическом и социокультурном дискурсе. В перспективе прогнозируется увеличение количества СМИ, использующих программы для мгновенного обмена сообщениями (мессенджеры) в целях продвижения контента, популяризации массмедийного бренда. Инновационная коммуникация имеет устойчивую тенденцию перспективного развития и внедрения в социально-экономический сектор государства расширения воздействия на общественное сознание.

3. Стратегическая ценность медийных экономически ориентированных технологий заключается в формировании зрелого гражданского общества, высокопроизводительного и политически устойчивого среднего класса, организации инновационного производства на основе современных информационных технологий, рационально используемых природных ресурсов и человеческого капитала. Потенциал медийных экономически ориентированных технологий в инновационном развитии проявляется в получении прибыли путем распространения контента и формирования лояльной аудитории СМИ.

Одной из основных экономически ориентированных технологий является система платного доступа к контенту средств массовой информации (пейволл), которую используют СМИ с сильным ядром аудитории. В белорусском обществе отсутствует традиция потребления платного контента, из-за чего на рынке средств массовой информации Беларуси пейволл не имеет широкого употребления и только зарождается. Получить дополнительное финансирование можно за счет новых форм общения с аудиторией – краудфандинга (общественное субсидирование для реализации различных проектов). В данном случае медиа и информационные технологии усиливают финансовый капитал развития инновационного процесса.

4. Создание инновационного медиаконтента предполагает использование принципиально новых методов производства и выпуска медиапродукта. Специфические средства выражения и общения с массовой аудиторией обеспечивают эффективность современных медиатехнологий. Контент об инновациях в анализируемых СМИ представлен преимущественно в жанре заметки и статьи, также присутствуют интервью и репортажи. Сфера применения инноваций, отражаемых в публикациях белорусских СМИ, обширная: законодательные решения, стимулирование инновационной деятельности, здравоохранение, экология, предпринимательство, информационно-коммуникационные технологии.

В инновационных СМИ создается новая стилистика коммуникационного отражения повседневной реальности, что ярче всего проявляется в глобальной сети интернет. Жанрово-стилистическая специфика инновационного медиаконтента заключается в использовании формата лонгрид и мультимедийной статьи,

жанров анонс в «журналистике взгляда» (потребление информации с помощью носимых устройств), а также публичный чат, блог. Авторы белорусских мультимедийных статей, лонгридов, блогов, которым свойственна интертекстуальность, используют широкий спектр лексических и грамматических средств для убеждения читателей, тексты насыщены различными стилистическими ресурсами белорусского, русского и других языков.

Личный вклад соискателя. Диссертационное исследование выполнено самостоятельно на всех этапах и основано на анализе первоисточников: нормативно-правовых документов в сфере инновационного развития в Республике Беларусь, материалов интернет-СМИ. Автором проведена систематизация научных исследований по проблемам генезиса теории инноваций, трансформации общества под воздействием новых технологий, развития медиатехнологий в интернете, филологии и стилистике. Поставленные задачи и подходы к их решению позволили впервые выявить методы и инструменты формирования инновационной коммуникации, а также выделить три группы инновационных медиатехнологий: по созданию, по распространению и продвижению, по анализу медиаконтента.

Апробация выводов диссертации. Основные теоретические выводы, изложенные в работе, положения диссертации были представлены на 17 научных и международных научно-практических конференциях: IV Международная научно-практическая конференция «Международная журналистика–2015. Формирование информационного пространства от Владивостока до Лиссабона и медиа» (Минск, БГУ, 19 февраля 2015 г.); Республиканская научно-практическая конференция «Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии» (Минск, БГУ, 20–21 марта 2015 г.); Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов–2015» (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, 13–17 апреля 2015 г.); 72-ая научная конференция студентов и аспирантов БГУ «Белорусская журналистика–2015» (Минск, БГУ, 11–22 мая 2015 г.); XVII Международная научно-практической конференция «Журналистика–2015» (Минск, БГУ, 12–13 ноября 2015 г.); Международная научная конференция «Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы» (5–6 февраля 2016 г., Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова); Международная научно-практическая конференция «Журналистика XXI века: традиции и вызовы нового времени», посвященная 90-летию доктора филологических наук профессора Б. В. Стрельцова (Минск, БГУ, 3 марта 2016 г.); 73-ая научная конференция студентов и аспирантов БГУ «Белорусская журналистика–2016» (Минск, БГУ, 15 апреля 2016 г.); Международная научная конференция

студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов–2016» (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, 11–15 апреля 2016 г.); V Международная научно-практическая конференция НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований–2016» (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, 20 мая 2016 г.); Международная заочная онлайн-конференция «Научный диалог: вопросы гуманитарных исследований» (Чебоксары, Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», июль 2016 г.); XVIII Международная научно-практическая конференция «Журналистика–2016» (Минск, БГУ, 10–11 ноября 2016 г.); VI Международная научно-практическая конференция «Международная журналистика–2017. Идея интеграции интеграций и медиа» (Минск, БГУ, 16 февраля 2017 г.); Международная научно-практическая конференция «Современная медиасфера: практика трансформации, теоретическое осмысление, институциональные перспективы» (Минск, БГУ, 30 марта 2017 г.); Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов–2017» (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, 10–14 апреля 2017 г.); 74-ая научная конференция студентов и аспирантов БГУ «Белорусская журналистика–2017» (Минск, БГУ, 12 апреля 2017 г.); Международная научно-практическая конференция «Новые медиа для современной молодежи» (Санкт-Петербург, СПбГУПТД, 21–22 апреля 2017 г.).

Материалы диссертационного исследования нашли применение в учебном процессе факультета журналистики Института журналистики Белорусского государственного университета при преподавании дисциплины «Экономический дискурс современных СМИ» для подготовки студентов по специальности 1-23 01 08-04 – Журналистика (менеджмент средств массовой информации).

Опубликованность результатов диссертации. Основные результаты диссертации представлены в 19 публикациях, из которых 1 монография, 3 – научные статьи в журналах, включенных в Перечень научных изданий Республики Беларусь для опубликования результатов диссертационных исследований (объем – 1,3 а. л.), 2 – статьи в сборниках научных работ, 13 – публикаций в сборниках материалов научных конференций. Общий объем публикаций – 7,1 а. л.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из перечня условных обозначений, введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений. Работа изложена на 170 страницах, из которых основное содержание – 110 страниц. Рисунки размещены на 2 страницах. Библиографический список занимает 23 страницы и содержит 253 наименования, включая публикации соискателя. Приложения занимают 33 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Во введении обоснована актуальность проведения исследования, направленного на выявление необходимости функционирования новейших медиатехнологий, которые выводят страну на качественно новый уровень развития, а также использование новаций в белорусской медиаиндустрии.

В первой главе **«Инновационная коммуникация в социально-экономических процессах белорусского общества»** рассмотрены основные этапы становления теории инноваций, проанализированы принципы формирования инновационной коммуникации. В разделе **1.1 «Проблема и метод»** приведен анализ научных направлений, которые составили теоретическую и методологическую базу диссертационного исследования. В работе проводится сравнительный анализ дефиниций инновации в историческом разрезе. В экономику термин «инновация» ввел австрийский и американский экономист Й. Шумпетер. Вопросы теории и методологии инновационной деятельности относительно функционирования в рыночной экономике предприятий, предпринимательства, менеджмента бизнеса разрабатывали ученые-экономисты Г. Менш, П. Друкер, В. Кингстон, Д. Сахал, Ф. Хаберланд, Ф. Никсон, М. Хучек, Ф. Котлер, И. Перлаки, Б. Санто, Б. Твисс, Х. Фримен, Я. Ван Дейн, А. Кляйнкнехт, Б. Райзберг, Л. Лозовский. Теорию циклов и инноваций изучали российские ученые С. Глазьев, Ю. Яковец, Г. Гамидов.

Осмысление вопросов инновационного развития на современном этапе и новой экономики представлено в работах белорусских ученых В. Байнева, Г. Бровки, И. Войтова, Е. Ворошиной, В. Кудашова, О. Лавровой, М. Мясниковича, А. Попова, И. Толстика, М. Шоломицкой.

В развитии теории инноваций выделены три периода. Первый – становление теории инноваций, которое началось в первой трети XX в., когда шло формирование фундаментальных основ теории (период базисных инноваций в этой сфере научного познания). Второй период – вторая треть XX в. В это время наблюдалось развитие и детализация базовых инновационных идей предыдущего периода. С середины 1970-х годов начинается третий период, которому присущ новый теоретический прорыв, связанный с волной эпохальных и базисных инноваций во время становления постиндустриального общества.

В разделе **1.2 «Закономерности формирования инновационной коммуникации»** установлены основные характеристики массовой и инновационной коммуникации.

Стремительное развитие техники, технологий приводит к новому пониманию теории коммуникаций. В современном информационном обществе, где происходит становление экономики знаний и инновационного общества, субъ-

ектом которых является «человек творческий» (homo creator), ведущую позицию занимает массовая коммуникация между членами общества, а также между средствами массовой информации и общественностью.

Инновационная коммуникация основывается на реализации инноваций в любой из сфер деятельности человека, в особенности «человека экономического» и «человека медийного» – представителя цифрового общества. Особенно продуктивно инновационная коммуникация проявляет себя в инновационной экономике. В данном случае инновационная коммуникация служит связующим звеном при коммуникации между научным сообществом, бизнесом и государством.

Проведенное исследование позволило установить, что инновационная коммуникация владеет четырьмя основными чертами: глобальностью, общественной самонаполняемостью, детерминацией информационных потоков, технологизацией, а также свойствами гражданской журналистики.

В разделе **1.3 «Вектор национальной стратегии инновационного развития Республики Беларусь»** проанализирован процесс становления инновационной экономики в Республике Беларусь, которая сформирована с учетом развития пятого и шестого технологических укладов (в мировом сообществе это период до 2040 г).

Инновационный процесс в современной экономике определяется множеством факторов и зависит от решений многочисленных заинтересованных сторон. На показатели инновационной деятельности страны в значительной мере влияет государственная политика. Средства массовой информации, осуществляя коммуникацию между заказчиком, создателем и потребителем инноваций, тем самым исполняя информационное обеспечение инновационной деятельности, обладают ресурсом для стимулирования становления особого мышления творчески активной части общества. При этом СМИ остаются не включенными в число субъектов, участвующих в реализации Государственной программы инновационного развития, которая находится уже на третьем этапе освоения (2016–2020 годы).

Во второй главе **«Инновационный потенциал национальной коммуникации»** определены белорусские СМИ, использующие в своей деятельности инновации, обосновано значение и выявлен потенциал медийных экономически ориентированных технологий в инновационном развитии, а также их влияние на формирование общественного сознания.

Раздел **2.1 «Социальная эффективность инновационных массмедиа»** обосновывает роль медиатехнологий и СМИ в социально-экономическом развитии страны.

СМИ формируют экономическую грамотность населения. В первую очередь речь идет об открытом и правдивом обсуждении будущего социально-экономического состояния страны и интеграционных союзов. В свою очередь совершенствование медиатехнологий означает смену парадигмы и влечет за собой развитие культур и цивилизаций.

Инновационные медиатехнологии в условиях реализации принципов инновационной экономики следует разделить на три группы: 1) *создание журналистского контента* (программы для мониторинга социальных сетей, соединение журналистского и пользовательского контента на легальных условиях, краудфандинговые платформы, биржи журналистских материалов; режиссура мультимедийных историй, лонгриды, атомизация контента, его адаптация под мобильные платформы, использование дополненной и виртуальной реальности); 2) *распространение и продвижение контента СМИ* (организация платного доступа к контенту СМИ, социальный маркетинг, видеотрансляции как на отдельных каналах (YouTube), так и в социальных сетях (Facebook-live, Ok-live и т.п.)); 3) *анализ потребления контента* (веб-аналитика, анализ рейтинга теле- и радиопрограмм, анализ доскроллов, тепловые карты внимания читателей на странице сайта).

По нашему мнению, развитие журналистики в ближайшем будущем будет идти по двум направлениям: первое – удержание внимания аудитории к продукции средств массовой информации (лояльность аудитории), второе – распространение текстового, аудио-, видеоконтента с использованием новейших информационных технологий.

Раздел **2.2 «Сущность медийных экономически ориентированных медиатехнологий»** посвящен анализу использования системы платного доступа к контенту (пейволл) и краудфандинга (субсидирование на реализацию различных проектов) как инновационных технологий извлечения прибыли для редакций СМИ Беларуси.

На основе контент-анализа сайтов крупнейших белорусских печатных СМИ («Советская Белоруссия», «Рэспубліка», «Народная газета», «Сельская газета», «Звезда», «Аргументы и факты в Белоруссии»), онлайн-изданий («Белрынок», «Про бизнес.», «БелНовости», «KYKY.org», «21.by», «The Savvy», «TUT.BY», «Onliner.by»), интернет-версий экономических СМИ Беларуси («Белорусы и рынок», «Экономическая газета», журнал «Дело»), а также анкетирования представителей некоторых изданий, вошедших в генеральную выборку контент-анализа, были сделаны выводы, что для белорусского рынка средств массовой информации внедрять пейволл экономически нецелесообразно, так как в белорусском обществе потребителей

информации отсутствует традиция потребления платного контента. Почти все респонденты выразили недоверие к такой технологии. Платный доступ к контенту онлайн-изданий применим в государстве со стабильной экономической и политической ситуациями.

При пейволле аудитория может отказаться от продления подписки, при этом ниже возможность расширить аудиторию ввиду того, что контент закрыт и не видно, как работает редакция. Используя народное финансирование, также высок риск потерять действующую аудиторию, однако расширить число подписчиков значительно легче за счет открытого контента. Таким образом, для перспективного финансирования больше подходит постоянная платная подписка, а народное субсидирование является удачным направлением стартового или краткосрочного финансирования СМИ, при этом он расширяет сферу влияния общественных СМИ, т. е. тех, кто издается на деньги самих читателей.

В разделе **2.3 «Формирование общественного сознания в национальном медиаполе»** на основе анализа данных исследовательских центров и ассоциации издателей газет и новостных технологий (Pew Research Center, WAN-IFRA, Zenith Optimedia,) определено, что при чтении, слушании и просмотре новостей предпочтения аудитории отданы просмотру видео. Независимо от возрастной категории, например, большая часть аудитории США выбирает просмотр новостей по телевидению, а не в онлайн.

Мировые тенденции потребления медиаконтента присущи и белорусской аудитории СМИ: просмотр видео в социальных сетях, чтение новостей в онлайн преимущественно с мобильных устройств. В 2016 г. на одного белоруса в среднем приходилось 1,8 устройства, подключенного к сети интернет. По данным исследование Google «Особенности поведения интернет-пользователя», 79% интернет-пользователей Беларуси моложе 35 лет смотрят онлайн-видео как минимум раз в неделю.

Неизменным остается тот факт, что технологии влияют на психику, здоровье человека, его эволюцию, вербальное общение. Массмедиа сегодня – это часть бытия, формирующая виртуальную реальность и способствующая становлению нового антропологического типа человека. Субъектом информационного общества стал «человек медийный».

Информационному обществу Беларуси присуще одновременно наличие свободного доступа и распространения информации, внедрение новейших информационных технологий в сферы производства и образования, а также увеличение цифровой зависимости у населения и постепенное снижение потребления контента традиционных СМИ.

В третьей главе **«Ценностные характеристики содержания инновационной журналистики»** анализируются изменения в коммуникации между аудиторией и СМИ, формируемые новыми технологиями в массмедиа, проанализирована инновационная проблематика в современном медиапространстве, определена жанрово-стилистическая специфика инновационного медиаконтента белорусских онлайн-СМИ (Onliner.by, TUT.BY, сайт информационного агентства БелТА).

В разделе **3.1 «Специфика инновационного творчества в медиасистеме»** на основе контент-анализа публичных чатов белорусских онлайн-СМИ в Viber и каналов в Telegram выработаны рекомендации успешного продвижения контента в программах для мгновенного обмена сообщениями: а) изучение целевой аудитории средства массовой информации, в том числе и в социальных сетях, до открытия публичного чата; б) постановка цели присутствия СМИ в мессенджере; в) определение стиля общения с читателями в зависимости от типа СМИ; г) разработка четкой стратегии ведения чата, которая напрямую зависит от цели присутствия СМИ в мессенджере. Публичный чат в мессенджере должен логически дополнять присутствие средства массовой информации в социальных сетях.

Стремительное развитие интернета существенно изменило журналистику и значительно повлияло на глобализацию средств массовой информации. Трансформируются такие понятия как газета, журнал. Скорее всего, в ближайшем будущем газетой будет называться не периодическое печатное издание, а сетевое-издание, напоминающее газету не по формальному принципу, а по содержательному. Под содержательным принципом газеты мы понимаем строгую постоянную рубрикацию, информационное содержание, верстку сайта издания, визуально напоминающую газетную полосу, обязательное сохранение бренда издания в его графическом исполнении. В таком издании должно сохраняться единство стиля, тематическая направленность, соответствующая редакционной политике.

Раздел **3.2 «Инновационная проблематика в современном медиапространстве»** содержит анализ публикаций информационного агентства БелТА, республиканских газет «Советская Белоруссия» и «Звезда» за период январь 2015 года – июнь 2017 года на тему инноваций. Генеральная совокупность составила 1 317 публикаций. Общей тенденцией для газет «Советская Белоруссия» и «Звезда» стало незначительное количество статей на тему инноваций в 2015 году и увеличение количества статей в 2017 году. Самыми распространенными жанрами для представления информации о научных открытиях белорусских и зарубежных ученых являются заметка и статья.

Сфера применения инноваций, отражаемых в публикациях анализируемых СМИ, довольно обширная: инновационное развитие, законодательные решения, стимулирование инновационной деятельности, здравоохранение, машиностроение, экология, предпринимательство, информационно-коммуникационные технологии. Исходя из анализируемых статей, среди разработчиков инноваций и организаторов встреч, форумов, конкурсов, направленных на стимулирование инновационной деятельности ведущее место занимает Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. Активно участвуют в инновационном процессе академическая и вузовская наука.

В разделе **3.3 «Особенности оформления инновационного медиаконтента»** определены жанры веб-журналистики и стилистические особенности, используемые при создании инновационного медиаконтента белорусскими онлайн-СМИ (Onliner.by, TUT.BY, сайт информационного агентства БелТА), а также инструменты оформления и продвижения контента. К форматам инновационного медиаконтента, считаем, следует относить лонгрид и мультимедийную статью, а к жанрам – анонс в «журналистике взгляда», а также жанры высказываний: публичный чат, блог.

Авторы белорусских мультимедийных статей, лонгридов, блогов используют широкий спектр лексических и грамматических средств для убеждения читателей, тексты насыщены различными стилистическими ресурсами русского языка. Лонгриды написаны преимущественно в деловом стиле, но с элементами разговорного стиля. Мультимедийные статьи написаны либо в разговорном стиле, либо с элементами разговорной речи. Тексты в блогах журналисты создают в публицистическом стиле с использованием разговорной лексики.

Сравнительный анализ сайтов государственных СМИ Беларуси: информационных агентств БелТА и Минск-Новости, Белтелерадиокомпании (НГТРК), телеканалов ОНТ и СТВ свидетельствует о том, что больше всего форм представления контента имеет сайт информационного агентства БелТА (текстовый, графический, видео, инфографика). Также сайт БелТА имеет самую разработанную навигацию и наиболее интегрирован с социальными сетями.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные научные результаты диссертации

1. Республика Беларусь вступает в активную фазу инновационного развития, которое способствует повышению уровня жизни в нашей стране, укреплению конкурентоспособности отечественной продукции на мировом рынке товаров и услуг и достижению устойчивого социально-экономического развития.

В научной среде инновацию понимают как изменение, в первую очередь в сфере техники и технологий, материальное воплощение идеи, которое позволяет выйти на качественно новый уровень развития. Инновационная практика существует на протяжении нескольких столетий, однако как предмет научного познания инновации стали изучать лишь в XX веке. В XXI веке характерен переход к открытым инновациям (возможность создавать разработки, задействуя не только внутренние, но и внешние источники). Массовое применение инновации получили в первую очередь в сфере экономики, бизнеса, а теперь внедряются во все сферы жизнедеятельности человечества. Становление и развитие инновационной экономики является важнейшей неотъемлемой составной частью долгосрочного социально-экономического развития Республики Беларусь. Наша страна следует за мировым процессом познания современной реальности, что позволит присоединиться к числу стран в освоении базисных инноваций шестого и седьмого технологического уклада. В современном мире медиаиндустрия – это сфера формирования инновационного сознания общества, ресурс для устойчивого развития. С точки зрения бизнес-ориентированной концепции, медиаиндустрия – это сфера экономической деятельности человека, а средства массовой информации – специфичный экономический продукт. Это значит, что СМИ в Беларуси следуют основным направлениям экономического развития, одновременно являясь и носителями, и распространителями новаторских идей.

Для информационного общества Беларуси характерно одновременно наличие свободного доступа и распространения информации, внедрение новейших информационных технологий в сферы производства и образования, а также увеличение цифровой зависимости у населения, постепенное снижение потребления контента традиционных средств массовой информации. Основным потенциалом успешного развития страны являются ее граждане, занимающиеся разработкой новшеств, поскольку без креативных идей невозможно развитие инноваций. Профессиональное журналистское образование ставит задачу воспитывать высокообразованную, всесторонне развитую личность, восприимчивую к инновациям, способную превратить свои знания в фактор экономического прогресса, что предусмотрено Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года и Государственной программой инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы. Медиатехнологии становятся первостепенным фактором общественных изменений, влияют на трансформацию социальных структур, на глобальную перестройку всех сфер общественной жизнедеятельности. Глобальная технологизация мира изменяет сознание человека, делая его творчески-

ориентированным, складываются предпосылки для формирования «человека медийного» и «человека инновационного». Развитие информационных технологий позволяет успешно использовать инновации в мировой медиаиндустрии. Так, развитие журналистики в ближайшем будущем будет идти по двум направлениям: первое – удержание внимания аудитории к продукции средств массовой информации (лояльность аудитории), второе – распространение текстового, аудио-, видеоконтента с использованием новейших информационных технологий [2; 4; 5; 7; 9].

2. Медиа технологии и средства массовой информации формируют новую коммуникативную парадигму. Функционирование инновационной коммуникации предельно важно для формирования инновационного сознания общества и каждого человека в отдельности. Возможность неформального общения со свободным выражением мнений по любым вопросам прочно закрепились за интернетом как коммуникативной площадкой. Инновационная деятельность СМИ выражена следованием современным тенденциям развития социальной коммуникации и массмедиа: совершенствование собственного стиля и лингвистики СМИ, визуализация и монетизация контента, наращивание аудитории в социальных сетях, распространение новых конвергентных форматов. Медиа стремятся не просто информировать человека, а вызвать у него эмоции, объяснить причинно-следственную связь определенных явлений. Эффект воздействия на аудиторию усиливает диалоговое общение на телевидении и радио ведущих утренних и вечерних программ, ток-шоу.

Процессы формирования современной инновационной коммуникации проходят не только в СМИ, но и в программах для мгновенного обмена сообщениями (мессенджерах), которые составляют конкуренцию иным социальным медиа за счет натуральной общественной востребованности. Чтобы нивелировать временные затраты на написание текста в письменном общении применяются заменители эмоций, слов, происходит парцелляция, используются неполные контекстуальные предложения. Лексика славянских языков постоянно пополняется иностранными лексемами. В дальнейшем прогнозируется увеличение количества СМИ, использующих мессенджеры в целях продвижения контента, увеличения посещаемости сайтов средств массовой информации, популяризации бренда [3; 6; 8; 10; 17].

3. Экономически ориентированные технологии – это способы извлечения прибыли от предоставляемых потребителю товаров или услуг. Потенциал таких технологий в инновационном развитии проявляется в получении прибыли путем распространения контента и формирования лояльной аудитории средства массовой информации. Одной из основных функциональных экономически

ориентированных технологий является система платного доступа к контенту СМИ (пейволл). Однако платный доступ к контенту онлайн-изданий полностью проявляет свой потенциал в государстве со стабильной экономической и политической ситуациями. Использовать платную подписку может только средство массовой информации с сильным ядром аудитории, готовой пойти на финансовые затраты ради издания, которому она доверяет. Читатели платят за информацию только в том случае, когда она уникальна и не находится в свободном доступе в иных интернет-изданиях или традиционных СМИ. В белорусском обществе отсутствует традиция потребления платного контента, поэтому на рынок СМИ Беларуси выводить пейволл на данный момент нецелесообразно. Организовать дополнительное финансирование можно за счет краудфандинга. Редакция СМИ, использующая народное финансирование, более ответственно относится к своей работе. Это объяснимо тем, что аудитория поддерживает цель средства массовой информации, деньги уже на счету редакции, следовательно, и СМИ готовит предельно качественный контент. При пейволле аудитория может отказаться от продления подписки, при этом ниже возможность расширить аудиторию ввиду того, что контент закрыт и не видно, как работает редакция. Используя народное финансирование, также высок риск потерять действующую аудиторию, однако расширить число подписчиков значительно легче за счет открытого контента. Таким образом, для перспективного финансирования больше подходит постоянная платная подписка. В свою очередь краудфандинг позволяет расширить сферу влияния общественных средств массовой информации (тех, кто издается на деньги самих читателей).

Для увеличения прибыли редакциям следует учитывать практику зарубежных медиагигантов, доходную часть которых составляют различного плана сопутствующие проекты (будь то продвижение нишевых приложений для смартфонов или непрофильные продажи), нативная реклама, а также расширение бизнеса за счет приобретения маркетинговых компаний по производству медийного контента, адаптировав их под реалии белорусского медиарынка.

На основе анализа ведения публичных чатов и каналов в мессенджерах белорусскими интернет-СМИ, в целях эффективного продвижения контента, увеличения посещаемости сайтов средств массовой информации, популяризации бренда в ходе исследования были сформулированы рекомендации эффективного продвижения в мессенджерах: изучение целевой аудитории средства массовой информации до открытия публичного чата; постановка цели присутствия СМИ в мессенджере; определение стиля общения с читателями в зависимости от типа средства массовой информации; умеренная частота публикации

новостей. Приемлемой формой подачи новостей в мессенджере является публикация дайджестов наиболее важных или интересных статей. Это могут быть как утренние обзоры (с 8:00 до 9:00) или вечерние (с 17:00 до 19:00). Следующая форма публикации постов в мессенджере – привлечение внимания к определенным статьям. Таких публикаций в сутки может быть не более 10. Частое появление уведомлений на персональных устройствах от одного чата на протяжении дня утомляет потребителя, в результате чего повышается риск отказа от подписки на этот чат. Задача публичного чата в мессенджере – формировать и удерживать лояльную аудиторию СМИ [1; 4; 11; 12; 14; 15; 16].

4. Создание инновационного медиаконтента предполагает использование принципиально новых методов производства и выпуска медиапродукта. Присутствие массмедиа в интернете сформировало новые жанры интернет-журналистики, разделив их условно на «длинные» и «короткие». В рамках инновационной журналистики под жанром следует понимать относительно устойчивые типы контента, объединенных схожими вербальными и визуально-аудиальными признаками. Для устойчивого функционирования у всех видов СМИ в первую очередь должен быть качественный контент, созданный современными методами, адаптируемый под конкретную платформу дистрибуции. Массовой аудитории не интересно, к какому жанру относится статья или сюжет. Решающую роль играет объем статьи (сюжета), от которого зависит время на ее прочтение (просмотр), и иллюстративное наполнение, что позволяет легче воспринимать информацию. Сохранение таких нормативных признаков жанров как информативность, коммуникативность и включение авторской оценки в предмет описания позволит устойчиво функционировать в печатной и онлайн-журналистике следующим жанрам: заметка, репортаж, мультимедийная статья, очерк, колонка (или блог).

В ходе исследования, было выявлено, что в январе 2015 года – июне 2017 года информационное агентство БелТА, газеты «Советская Белоруссия» и «Звезда» активно сообщали о научных открытиях, инновационных разработках как состоявшихся, так и молодых ученых. Характерной особенностью для газет «Советская Белоруссия» и «Звезда» стало незначительное количество статей на тему инноваций в 2015 году и увеличение количества статей в 2017 году. Контент об инновациях в анализируемых СМИ представлен преимущественно в жанре заметки и статьи, также присутствуют интервью и репортажи. Сфера применения инноваций обширная: инновационное развитие, законодательные решения, стимулирование инновационной деятельности, здравоохранение, машиностроение, экология, предпринимательство, информационно-коммуникационные технологии и другое.

Авторы мультимедийных статей, лонгридов, блогов используют широкий спектр лексических и грамматических средств для убеждения читателей, тексты насыщены различными стилистическими ресурсами белорусского, русского и других языков. Лонгриды написаны преимущественно в деловом стиле, но с элементами разговорного. Мультимедийные статьи написаны либо в разговорном стиле, либо с элементами разговорной речи. Тексты в блогах журналисты создают в публицистическом стиле с использованием разговорной лексики.

Публицистичность текстов характеризуется использованием сложных синтаксических конструкций. Широко применяются средства выразительности: метафоры, сравнения, разговорные фразеологизмы, крылатые выражения, слова в переносном значении, оценочные прилагательные, парантеза, вводные конструкции, специальная лексика (терминология, профессионализмы, англицизмы, жаргон). С целью акцентирования внимания используются простые или неполные предложения, риторический вопрос, инверсия, синтаксические конструкции в вопросно-ответной форме. Для анонсов в чатах мессенджеров журналисты используют диалоговое общение с аудиторией. Повествование в анонсах чатов преимущественно ведется от второго или третьего лица.

Современная инновационная медиаиндустрия создает новую культуру общества и производства, способствует усиленному преодолению противоречивых и сложных вызовов времени [4; 13; 18; 19].

Рекомендации по практическому использованию результатов

Результаты исследования раскрывают положения о теоретическом, методологическом и практическом функционировании средств массовой информации в новой экономике страны. Основные положения и выводы исследования могут быть использованы в дальнейшей теоретической разработке проблем функционирования медиатехнологий и их влияния на формирование и укрепление инновационного сознания общества, реализации инновационного развития Республики Беларусь. Практическая ценность результатов исследования обусловлена возможностью их использования в процессе совершенствования инновационной деятельности СМИ всех уровней и тематической направленности, организации эффективной массовой коммуникации в интересах субъектов общества.

Полученные результаты могут применяться в учебном процессе при разработке курсов по теории журналистики, спецкурсов и семинаров по теме инновации в массмедиа, инновационная журналистика, инновационный

медиаменеджмент, маркетинг СМИ в вузах, занимающихся подготовкой и переподготовкой журналистов.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Монографии

1. Касперович, О. Информационное обеспечение развития строительного комплекса: На примере деловой прессы Беларуси: монография / О. Касперович. – Саарбрюккен : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. – 98 с.

Статьи в научных рецензируемых журналах

2. Касперович, О. Н. Развитие теории инноваций / О. Н. Касперович // Веснік БДУ. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2015. – №2. – С. 92–96.

3. Касперович-Рынкевич, О. Н. Инновационная коммуникация в масс-медийном процессе / О. Н. Касперович-Рынкевич // Веснік БДУ. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2016. – №1. – С. 100–104.

4. Касперович, О. Будущее за новаторами / О. Касперович // Беларуская думка. – 2016. – №8. – С. 96–100.

Статьи в сборниках научных работ

5. Касперович, О. Н. Объективная необходимость инновационного развития / О. Н. Касперович // Сб. работ 72-ой науч. конф. студентов и аспирантов Белорусского государственного университета : В 3 ч. ч.3. – БГУ, 2015. – С. 23–25.

6. Касперович-Рынкевич, О. Массовая коммуникация в условиях инновационного развития / О. Касперович-Рынкевич // Журналістыка ў суладдзі з жыццём: да 90-годдзя заслужанага дзеяча культуры Рэспублікі Беларусь, доктара філалагічных навук, прафесара Барыса Васільевіча Стральцова : зб. навук. прац / пад агул. рэд. канд. філал. навук дацэнта В. П. Вараб'ёва. – Мінск : БДУ, 2016. – С. 160–163.

Материалы научных конференций

7. Касперович, О. Н. СМИ о создании Евразийского экономического союза / О. Н. Касперович // Международная журналистика–2015: Формирование информационного пространства от Владивостока до Лиссабона и медиа : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 февр. 2015 г. / сост. Б. Л. Залесский; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. – Минск: Изд. центр БГУ, 2015. – С. 127–130.

8. Касперович, О. Н. Концептуальные принципы инновационной коммуникации / О. Н. Касперович // Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии : материалы Респ. науч.-практ. конф. «Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии», Минск, 20–21 марта 2015 г. / редкол.: С. В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2015. – С. 86–89.

9. Касперович, О. Основы определения экономического дискурса современных СМИ / О. Касперович // Материалы Междунар. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов–2015», Москва, 13–17 апр. 2015 г. / Редкол.: А. И. Андреев (Отв. ред.) [и др.] [Электронный ресурс]. – М. : МАКС Пресс, 2015. – 1 электрон. опт. диск (DVD-ROM).

10. Касперович, О. Эффективность медиатехнологий в современных условиях / О. Касперович // Журналистыка–2015: стан, проблеми і перспективы : матеріялы 17-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 ліст. 2015 г. / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 17. – Мінск : БДУ, 2015. – С. 332–335.

11. Касперович, О. Н. Пейволл как вид массмедийных инноваций / О. Н. Касперович // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы. Сб. материалов междунар. научно-практ. конф., Москва, 5–6 февр. 2016 г. – Москва : МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. – С. 45–46.

12. Касперович-Рынкевич, О. Применение платного доступа к контенту белорусских интернет-СМИ / О. Касперович-Рынкевич // Материалы Междунар. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов–2016», Москва, 11–15 апр. 2016 г. / Отв. ред. И. А. Алешковский, А. В. [и др.] [Электронный ресурс]. – М. : МАКС Пресс, 2016. – 1 электрон. опт. диск (DVD-ROM).

13. Касперович-Рынкевич, О. Н. Медиатехнологии как предмет междисциплинарных исследований в современном обществе / О. Н. Касперович-Рынкевич // Материалы Междунар. науч.-практич. конф. НАММИ

«Актуальные проблемы медиаисследований–2016», Москва, 20 мая 2016 г. – М.: Ф-т журн. МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. – С. 89–90.

14. Касперович-Рынкевич О. Н. Медийные экономически ориентированные технологии в деятельности СМИ / О. Н. Касперович-Рынкевич // Материалы междунар. заочн. онлайн-конф. «Научный диалог: вопросы гуманитарных исследований», июль 2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://interactive-plus.ru/article/112426/discussion_platform. – Дата доступа: 28.07.2016.

15. Касперович-Рынкевич, О. Стратегии белорусских медиа в мессенджерах / О. Касперович-Рынкевич // Журналістыка–2016: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 18-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвечанай 95-годдзю БДУ, Мінск, 10–11 ліст. 2016 г. / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 18. – Мінск: БДУ, 2016. – С. 362–366.

16. Касперович-Рынкевич, О. Н. Альтернативные источники доходов редакций СМИ: народное финансирование и сопутствующие экономические проекты / О. Н. Касперович-Рынкевич // Международная журналистика–2017: идея интеграции интеграций и медиа : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 16 февр. 2017 г. / сост. Б. Л. Залесский ; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. – Минск : Изд. центр БГУ, 2017. – С. 134–139.

17. Касперович, О. Н. От профессиональной подготовки журналистов к инновационному сознанию общества / О. Н. Касперович // Сучасная медыясфера: практыка трансфармацыі, тэарэтычнае асэнсаванне, інстытуцыянальныя перспектывы: матэрыялы I Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 30 сак. 2017 г. / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2017. – С. 93–97.

18. Касперович-Рынкевич, О. Н. Жанрово-стилистические особенности инновационного медиаконтента белорусских СМИ / О. Н. Касперович-Рынкевич // Материалы Междунар. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов–2017», Москва, 10–14 апр. 2017 г. / Редкол.: И. А. Алешковский (отв. ред.) [и др.] [Электронный ресурс]. – М. : МАКС Пресс, 2017. – 1 электрон. опт. диск (DVD-ROM).

19. Касперович-Рынкевич, О. Н. Медиа технологии в реализации принципов инновационной экономики Республики Беларусь / О. Н. Касперович-Рынкевич // Новые медиа для современной молодежи : матер. Междунар. научно-практ. конф., Санкт-Петербург, 21–22 апр. 2017 г. / под ред. Л. Е. Виноградовой, Е. Н. Туголуковой: сб. научн. ст. – СПб. : ФГ-БОУВО «СПбГУПТД», 2017. – С. 48–50.

РЭЗІЮМЭ

Каспяровіч-Рынкевіч Вольга Мікалаеўна Масмедыйны патэнцыял інавацыйнага развіцця Рэспублікі Беларусь

Ключавыя словы: інавацыі, інавацыйная журналістыка, інавацыйная эканоміка, камунікатыўная парадыгма, лонгрыд, масмедыя, медыякамунікацыя, медыякантэнт, медыятэхналогіі, месенджэр, мультымедыйны артыкул, народнае фінансаванне СМІ, сістэмы платнага доступу, сацыяльна-эканамічнае развіццё, эканамічна арыентаваныя тэхналогіі.

Мэта даследавання: выпрацаваць сістэму комплекснага ўздзеяння нацыянальных масмедыя на працэс інавацыйнага развіцця Рэспублікі Беларусь.

Метадалагічную аснову даследавання складаюць сістэмны аналіз, метады параўнання, сінтэз, гісторыка-апісальны метады, а таксама дыялектычныя (філасофскія) прынцыпы: усебаковасці разгляду (комплексны падыход), дэтэрмінізма (прычыннай абумоўленасці). У эмпірычнай частцы выкарыстаны сацыялагічныя метады (якасны і колькасны кантэнт-аналіз, анкеціраванне).

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Упершыню комплексна даследаваны масмедыйны патэнцыял павышэння эфектыўнасці нацыянальнай інавацыйнай сістэмы. Прааналізаваны перспектывы выкарыстання ў медыяасяродзі сістэмы платнага доступу да кантэнта СМІ, выпрацаваны правілы паспяховага вядзення старонак сродкаў масавай інфармацыі ў месенджэрах.

Рэкамендацыі па практычным выкарыстанні. Асноўныя палажэнні і высновы могуць быць выкарыстаны ў далейшай тэарэтычнай распрацоўцы праблем функцыянавання медыятэхналогій і іх уздзеяння на фарміраванне і ўмацаванне інавацыйнай свядомасці грамадства, рэалізацыі інавацыйнага развіцця Рэспублікі Беларусь, у навучальным працэсе пры вывучэнні курса тэорыі журналістыкі, спецкурсаў і семінараў інавацыі ў масмедыя, інавацыйная журналістыка ва ўстановах вышэйшай адукацыі, што займаюцца падрыхтоўкай і перападрыхтоўкай журналістаў, а таксама ў працэсе ўдасканалення інавацыйнай дзейнасці СМІ ўсіх узроўняў і тэматычных накірункаў, арганізацыі эфектыўнай масавай камунікацыі ў залежнасці ад зацікаўленасці грамадства.

Галіна прымянення: навуковая дзейнасць, адукацыйны працэс, журналісцкая практыка.

РЕЗЮМЕ

Касперович-Рынкевич Ольга Николаевна
**Массмедийный потенциал инновационного развития
Республики Беларусь**

Ключевые слова: инновации, инновационная журналистика, инновационная экономика, коммуникативная парадигма, лонгрид, массмедиа, медиакommunikация, медиаконтент, медиатехнологии, мессенджер, мультимедийная статья, народное финансирование СМИ, системы платного доступа, социально-экономическое развитие, экономически ориентированные технологии.

Цель исследования: разработать систему комплексного воздействия национальных массмедиа на процесс инновационного развития Республики Беларусь.

Методологическую основу исследования составляют системный анализ, метод сравнения, синтез, историко-описательный метод, а также диалектические (философские) принципы: всесторонности рассмотрения (комплексный подход), детерминизма (причинной обусловленности). В эмпирической части использованы социологические методы (качественный и количественный контент-анализ, анкетирование).

Полученные результаты и их новизна. Впервые комплексно исследован массмедийный потенциал повышения эффективности национальной инновационной системы. Проанализированы перспективы использования в медиасреде системы платного доступа к контенту СМИ, выработаны правила успешного ведения страниц средств массовой информации в мессенджерах.

Рекомендации по практическому использованию. Основные положения и выводы могут быть использованы в дальнейшей теоретической разработке проблем функционирования медиатехнологий и их влияния на формирование и укрепление инновационного сознания общества, реализации инновационного развития Республики Беларусь, в учебном процессе при изложении курса теории журналистики, спецкурсов и семинаров инновации в массмедиа, инновационная журналистика в вузах, занимающихся подготовкой и переподготовкой журналистов, а также в процессе совершенствования инновационной деятельности белорусских СМИ всех уровней и тематической направленности, организации эффективной массовой коммуникации в интересах общества.

Область применения: научная деятельность, образовательный процесс, журналистская практика.

SUMMARY

Kaspiarovich-Rynkevich Olga

The massmedia potential of innovative development of the Republic of Belarus

Key words: innovations, innovation journalism, the innovative economy, the communicative paradigm, longread, mass media, media communications, the media content, media technologies, the messenger, the multimedia article, folk financing media, paywall systems, socio-economic development, economically focused technologies.

Purpose of research: develop a system of integrated national mass media influence on the process of innovation development of the Republic of Belarus..

Methodological basis of the research on the systems analysis, method of comparison, synthesis, historical-descriptive method, also dialectical (philosophical) principles: comprehensive review (integrated approach), determinism (causation). In the empirical part used sociological methods (qualitative and quantitative content analysis, questionnaire).

The results obtained and their scientific novelty. In the thesis for the first time a complex was investigated mass media potential increase the efficiency of the national innovation system. In the research was analyzed prospects for the use of the media environment in the system of paid access to the media content, the rules developed successful conduct of pages of the media in the messengers.

Recommendations for practical use. Fundamentals and conclusions can be used in the further development of theoretical problems in the functioning of media technologies and their influence on the formation and strengthening of the innovation consciousness of the society, realization the Republic of Belarus of innovation development, in the educational process in presenting the course theory of journalism, courses and seminars innovation in the media, the innovative journalism in the universities, are engaged in training and retraining of journalists, also in the process of improving media innovation at all levels and thematic orientation, the organization of effective mass communication in the interests of civil society actors.

Sphere of application: scientific activities, educational process, journalism practice.