

Елена Красовская

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

## РЕГИОНАЛЬНАЯ МЕДИАСИСТЕМА КАК СЛОЖНЫЙ СИСТЕМНЫЙ ОБЪЕКТ

В науке о журналистике сформировались два подхода к изучению региональной медиасистемы: 1) *исследование различных видов СМИ в рамках конкретной медиасистемы*; 2) *изучение региональной медиасистемы как совокупности различных видов СМИ*. Однако позиции белорусских и российских ученых в отношении применения этих подходов отличаются: если в России востребованы оба подхода, то в Беларуси второй только начинает применяться.

Можно выделить ряд направлений, в русле которых ведут работу исследователи, отдающие предпочтение *первому подходу*. При этом направления, которым они следуют, отражают тенденции развития двух школ журналистики – российской и белорусской.

Для *российской школы журналистики* характерен акцент на разработке терминологического аппарата, методологии исследования, а также стратегий развития средств массовой информации. Эти направления являются главными при *изучении различных видов СМИ в рамках медиасистемы*.

В *белорусской школе журналистики* в рамках *первого подхода* сформировалось больше направлений исследования: историческое, социологическое, эстетическое (дизайн массмедиа), а также экономики и менеджмента СМИ. Как и у российских коллег, присутствует направление, в рамках которого разрабатываются стратегии развития средств массовой информации.

*Второй подход*, когда *региональная медиасистема изучается как совокупность различных видов СМИ*, широко распространен в *научной школе журналистики России*. Ее представители тоже фокусируют внимание на разработке терминологического аппарата, методологии исследования, а также стратегий развития конкретной медиасистемы. В *белорусской школе журналистики* *второй подход* только начинает применяться: исследователь А. В. Потребин занимается осмыслением самого понятия «медиасистема» [6, с. 200–208], рассматривает структуру медиасистемы одного из белорусских регионов [7, с. 158–161]. При этом для представителей белорусской школы журналистики закономерно встает вопрос о выборе оптимальной методологии исследования.

Результаты анализа научной литературы, полученные автором данной работы, показали, что медиасистема, в том числе регионального уровня, обладает такими характеристиками, как целостность, интегративные качества, наличие сложно организованной структуры, которая под воздействием внешних факторов подвергается трансформации, тенденция к саморазвитию. Все эти характеристики свойственны сложным системным объектам. Это значит, что региональная медиасистема может быть причислена к данной категории объектов. Следовательно, при ее изучении может применяться системная методология. Эта методология успешно используется представителями российской школы журналистики при исследовании медиасистем различного масштаба.

Системная методология относится к области общенаучной и дает возможность описывать сложные системные объекты с качественной стороны. Системная методология, будучи широко распространенной в естественных и технических науках, демонстрирует хороший эвристический потенциал и в дисциплинах социогуманитарного профиля: результаты исследований, проведенных с применением этого подхода, отличаются комплексностью, глубиной, точностью. Сегодня актуализируется необходимость научного обеспечения деятельности СМИ по оптимизации их развития. Системный подход позволяет трансформировать базовые положения теории систем в совокупность критериев оценки медиасистемы, в том числе на региональном уровне.

В науке о журналистике существуют различные трактовки понятия «медиасистема». Российский исследователь Е. Л. Вартанова, использующая системный подход, предлагает следующую формулировку этого понятия: «медиасистема – сложная многоуровневая и многовекторная среда, образованная: (1) *медиаинститутами* в их взаимодействии между собой и во взаимодействии с обществом, другими его институтами, а также индивидуумами/гражданами (аудиторией); (2) *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; (3) *определенными профессиональными сообществами* и видами деятельности по созданию, производству и распространению медиапродуктов и медиауслуг» (курсив в определении – Е. Л. Вартановой. – Е. К.) [5, с. 14–15].

В определении, сформулированном Е. Л. Вартановой, говорится о том, что медиасистема является многовекторной средой. Между тем направления этих векторов не указываются. В случае национальной

медіасистемы, которую и рассматривает российский ученый, сделать это действительно сложно. Но при изучении региональной медиасистемы, которая является составной частью национальной медиасистемы, эти векторы вполне можно обозначить. Так, в ходе системного анализа белорусской региональной медиасистемы были выявлены векторы, связанные с такой онтологической характеристикой любой системы, как *развитие*, которое происходит под воздействием внешней среды, в первую очередь – ее технологической и экономической составляющих.

В функционировании белорусской региональной медиасистемы можно выделить три вектора: (1) *реализация стратегии конвергенции за счет прироста мультимедийного сетевого продукта (развитие сайта традиционного регионального СМИ и превращение его в полноценный медианортал)*; (2) *создание укрупненных информационных структур на базе ранее убыточных предприятий медиарынка*; (3) *формирование медиакластера или медиаобъединения с характеристиками медиакластера* [3, с. 12–14; 4, с. 315–316].

Следовательно, белорусская региональная медиасистема имеет свои особенности. С точки зрения системного подхода, как и любая другая система, она обладает общими для всех признаками, такими как целостность, наличие разных типов внутренних связей, целесообразный характер существования, самоорганизация, функционирование и развитие. В то же время под воздействием различных факторов внешней среды внутри самой медиасистемы формируются векторы, задающие различные направления в ее развитии. Благодаря этому у региональной медиасистемы появляются новые качества, происходят изменения в структуре или выходят на первый план определенные функции. В итоге белорусская региональная медиасистема приобретает уникальные черты.

Одной из таких уникальных черт является процесс возникновения социальных инноваций. Под социальными инновациями понимаются явления в социальной сфере общества, которых не было на предыдущей стадии его развития и которые возникли естественным образом либо введены по инициативе субъектов управления [2, с. 364–365]. В Гомельском регионе к категории социальных инноваций можно отнести успешную трансформацию сайта газеты «Гомельская праўда» в региональный новостной портал «Правда Гомель» и создание на его базе радиостанции «Правда радио» (вещает не только в FM-диапазоне, но и онлайн). В Брестском, Витебском и Могилевском регионах формирование укрупненных информационных структур на базе ранее убыточных областных газет также может быть причислено к данной категории. Создание инновационного медийного кластера в Гродненском регионе и

медиаобъединения с характеристиками медиакластера на базе газеты «Мінская праўда» в Минском регионе тоже может рассматриваться в качестве социальных инноваций (они со временем формируют векторы развития региональной медиасистемы).

Такое большое количество социальных инноваций, возникших в рамках региональной медиасистемы, вполне закономерно с точки зрения системного подхода. Региональной медиасистеме как сложно организованному объекту свойственно саморазвитие, в основе которого и лежит процесс генерирования социальных инноваций. Результатом саморазвития становится усложнение структуры и связей внутри системы, что позволяет ей сохранять целостность и устойчивость при взаимодействии с внешней средой, поскольку изменения носят эволюционный характер. Значит, трансформацию белорусской региональной медиасистемы за счет генерации социальных инноваций, обеспечивающих ее целостность и устойчивость, можно признать позитивной.

Кроме того, социальные инновации, продуцируемые региональной медиасистемой, способствуют модернизации других социальных систем. В частности, благодаря социальной инновации газеты «Мінская праўда» по корректировке информационной политики районных газет «Узвышша», «Прысталічча» и «Чырвоная зорка», редакции этих изданий вышли на самоокупаемость [8, с. 25]. Реализация рекомендаций, разработанных отделом социологических исследований и информационно-аналитической работы информационного агентства «Могилевские ведомости», помогла предприятию «Можелит» улучшить микроклимат в трудовом коллективе [1, с. 18], что должно положительно сказаться на производительности труда сотрудников. Таким образом, можно говорить о позитивном содействии развитию экономики регионов. В свою очередь социальные инновации, генерируемые региональной медиасистемой, способствуют модернизации экономики не только регионов, но и страны в целом, а также ее поступательному движению к инновационному и устойчивому развитию.

#### *Библиографические ссылки*

1. И провожая год вчерашний... // Журналист. – 2016. – № 1–2 (35). – С. 17–21.
2. Кобяк, О. В. Инновации социальные / О. В. Кобяк // Новейший социологический словарь / сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. – Минск : Книжный Дом, 2010. – С. 364–365.
3. Красовская, Е. Основные направления развития белорусских региональных медиасистем / Е. Красовская // Журналістыка-2017: стан, праблемы і

- перспектывы : матэрыялы 19-й Міжнар. навук.-практ. канф., 16–17 ліст. 2017 г., Мінск / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 19. – Мінск : БДУ, 2017. – С. 11–15.
4. Красовская, Е. В. Основные стратегии развития белорусских региональных медиасистем / Е. В. Красовская // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия : сб. мат-лов междунар. научно-практ. конф., 5–7 февр. 2018 г., Москва. – М. : МедиаМир; Ф-т ж-ки МГУ им. М. В. Ломоносова, 2018. – С. 315–316.
  5. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е. Л. Вартаковой. – М. : Аспект Пресс, 2015. – 384 с.
  6. Потребин, А. Медиапространство и медиасистема, информационное пространство и информационный рынок / А. Потребин // 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. 200–208.
  7. Потребин, А. Модернизация региональной медиасистемы Витебской области: печатные издания на пути конвергенции / А. Потребин // Мультимедийная журналистика : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 марта 2018 г. / под общ. ред. В. П. Воробьева. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – С. 158–161.
  8. Справочно-аналитическая информация о деятельности отрасли СМИ и печати в 2017 году / Министерство информации Республики Беларусь. – Минск : Красная звезда, 2018. – 153 с.

**Инна Минчук**

*Гродненский государственный университет им. Янки Купалы  
(г. Гродно, Беларусь)*

## **УНИВЕРСИТЕТ КАК ЦЕНТР МАССОВОГО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РЕГИОНЕ**

Медиаобразование – это подготовка человека к жизни в информационном обществе, в котором информация множится, усложняется, быстро устаревает, оказывая серьезное воздействие на людей. «Медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники» [3, с. 11]. Результатом медиаобразования является медиаграмотность отдельного человека и общества в целом.