

разных тем. Результаты такого анализа в виде графиков и схем также могут быть использованы для визуализации контента.

Таким образом, пример веб-сервиса Google Trends убеждает: инструменты компании, предлагаемые журналистам, могут служить доступной альтернативой сложным и дорогостоящим программам для обработки контента СМИ, что позволяет в первую очередь относительно небольшим медиапредприятиям находить малозатратные способы для улучшения качества своего содержания. При этом технологические ресурсы Google обеспечивают журналисту возможность пользования внушительным массивом данных как на этапе задумки материала, так и в процессе его редакции.

*Библиографические ссылки*

1. Data Journalism. Training Center // Google News Initiative [Electronic resource]. – Mode of access : <https://newsinitiative.withgoogle.com/training/course/data-journalism>. – Date of access : 01.09.2018.

**Леонид Новиков**

*Первый национальный канал Белорусского радио (г. Минск, Беларусь)*

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СМІ В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛАРУСИ**

Изучение массмедиа предполагает рассмотрение различных аспектов производства, распространения и получения информации, транслируемой посредством каналов массовой коммуникации. Связано это в первую очередь со стремительным развитием интернет-технологий и, как следствие, – появлением новых способов передачи контента. Постепенно размывается граница между традиционными СМИ и Глобальной сетью (сайты в интернете имеют практически все СМИ Беларуси). В условиях, когда интернет является наиболее активно развивающимся информационным ресурсом, появляется множество гипотез о дальнейшей судьбе массмедиа. Например, о том, что традиционные СМИ со временем исчезнут в том виде, в котором мы привыкли их видеть [2].

Не окажутся ли в скором будущем невостребованными населением в их привычном виде существующие средства массовой информации? На самом деле развитие новых информационных технологий и их доступность могут коренным образом изменить пространство массмедиа. При этом следует сказать, что электронные версии белорусских СМИ остаются мало востребованными у пользователей интернета. Тем не менее онлайн, мобильные технологии, бесплатная пресса в виде электронных

версий изданий – все это теперь служит целям расширения аудитории и получения больших доходов от рекламы или подписки. И это становится одной из тенденций медиасферы Беларуси. В сегменте прессы конструктивная позиция издателями обозначена афористично следующим образом: если мы не можем побороть своих потенциальных конкурентов, то сделаем их союзниками.

Скорее всего, осознание надвигающихся перемен заставляет ведущих игроков на рынке массовой коммуникации перестраиваться под новые требования. Наверное, первыми создали официальные каналы на одном из наиболее популярных сайтов, размещающих различные видеофайлы (YouTube), три крупнейшие российские телекомпании – «Первый канал», ВГТРК и НТВ. Они таким образом продвигают в Сети свой медийный продукт, выкладывая в YouTube небольшую часть контента своих телеканалов «Первый», «Россия 2» (учредитель ВГТРК) и НТВ.

Для радиоканалов и радиостанций наличие электронных страниц с обратной связью, мобильные приложения – возможность для более тесного взаимодействия с активной аудиторией, которая не только выбирает канал, но и непосредственно включается в процесс создания передач, принимая в них участие в виде интерактива. Рефрен Первого национального канала Белорусского радио звучит так: наше радио можно не только слушать, но и смотреть. Видеофайлы некоторых программ также размещаются на YouTube.

Вместе с тем расширение информационного влияния Сети нельзя воспринимать однозначно. Ведь сегодня телепрограммы можно смотреть и без телевизора. Вы включаете компьютер и через ресурсы интернета скачиваете нужную передачу. И в таком случае тоже становитесь телезрителями, поскольку являетесь потребителями медиаконтента, произведенного телеиндустрией. В результате такое изменение зрительского поведения навело экспертов на мысль о том, что именно телевидение сейчас находится на пике своей популярности, а не интернет [1, с. 98].

Определенный фундаментальный сдвиг в сфере СМИ означает следующее: чтобы оставаться востребованным в конкурентной медиасреде, массмедиа необходимо осваивать новые инструменты, изучать новые подходы к коммуникациям и принимать новые правила игры. Можно обозначить ключевые тенденции, характерные для медиасферы Республики Беларусь. Одна из них – уверенное вхождение нашей страны в эпоху цифровизации. Об этом свидетельствуют как закрепление этой тенденции законодательно, так и активное развитие информационно-

коммуникационных технологий. Социологические данные фиксируют рост популярности «новых медиа» среди населения. При этом следует заметить, что новое не обязательно означает отказ от старого. Ведь с появлением радио и телевидения поговаривали о гибели газет, а с появлением интернета, обеспечивающего электронными версиями изданий, – о невостребованности газет и книг, о том, что люди вообще перестанут читать на бумажном носителе. Этот прогноз не оправдался. Конечно, с приходом интернет-технологий медиасфера стала более разнообразной и многосторонней. С развитием Сети появился принципиально новый вид распространения журналистской продукции. И это накладывает отпечаток на всю структуру медиасферы. Уже сегодня является нормой то, что ведущий телевизионного выпуска новостей отсылает зрителей за подробностями в интернет. Это своеобразная конвергенция может по-разному сказываться на функционировании различных массмедиа. Выгода печатным СМИ в том, что читатели будут иметь возможность в свободное время получить альтернативу «экранному» медиа». В мире всеобщего компьютерного доминирования газеты и журналы имеют потенциальную возможность стать СМИ с расширенными за счет интернета возможностями. С уверенностью можно утверждать, что медиасфера республики как динамично развивающаяся структура в своем развитии претерпевает все те изменения, которые происходят и в обществе. При том, что на отечественном рынке СМИ телевидение по-прежнему является основой медиапространства страны, в 2014 г. произошел качественный скачок – интернет впервые стал более востребованным информационным каналом, чем печатные СМИ. Само телевидение стало активно развивать цифровое и мультимедийное направления, в т. ч. IP-TV. Отчетливое влияние данной тенденции связано с тем, что абонент телефонной сети без дополнительных коммуникаций становится пользователем интерактивного телевидения – ни дополнительного кабеля, ни антенн устанавливать не надо. Такая возможность позволяет охватить аудиторию жителей районных центров и сел.

Государственные национальные теле- и радиоканалы по охвату населения удерживают лидерство благодаря содержательному контенту. Несмотря на то, что белорусская интернет-аудитория охватывает почти три четверти совершеннолетнего населения страны, электронные версии белорусских СМИ остаются мало востребованными у пользователей интернета. В сегменте печатных СМИ фиксируется снижение покупательской активности населения в целом, а в сфере радиовещания произошел отказ от проводного формата (радиоточка). В то же время

наблюдается определенная дифференциация радиоканалов по целевой аудитории (аффинитивность). Наиболее активной и технически продвинутой категорией интернет-пользователей остается молодежь, особенно студенческая. При этом новостным контентом в Сети юноши и девушки интересуются в меньшей степени. Исследователи отмечают постепенное старение целевых групп традиционных СМИ [3, с. 134]. Активное вовлечение основной аудитории традиционных СМИ (населения в возрасте 50+) в интернет-среду затруднительно ввиду сложности освоения новых технических устройств и определенного консерватизма в отношении привычного времяпрепровождения. Преимущество удерживает интернет за счет преобладания молодых пользователей. Однако замедлить традиционные СМИ в ближайшем будущем Сеть не сможет.

*Библиографические ссылки*

1. Медиафера Беларусі. Соціологічны аспект. – Мінск : Інфармацыйна-аналітычны цэнтр пры Адміністрацыі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь, 2014. – 98 с.
2. Почему умирают газеты [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://xage.ru/pochemu-gazetyi-umirayut/>. – Дата доступа : 19.08.2018.
3. Ротман, Д. Г. Особенности функционирования информационного пространства Беларуси в современных условиях: социологический анализ / Д. Г. Ротман, В. В. Провдивец, О. А. Полегоско // Медиафера России и Беларуси в условиях современных геополитических трансформаций : материалы междунар. науч.-практ. конф. – Минск : Изд. центр БГУ, 2010.

**Александр Посталовский**

*Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)*

## **СЕГМЕНТИЗАЦИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОГО СЕГМЕНТА НАЦИОНАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

В настоящее время в национальном информационном поле (НИП) отчетливо прослеживается тенденция перераспределения информационного влияния на аудиторию от традиционных СМИ к медиакommunikативным, которые при изменяющихся форматах воспроизводства новостного контента сохраняют характеристики традиционных сегментов поля (например, онлайн-телевидение, публикации (посты) колумнистической направленности в блогосфере), образуя медиаконвергентное функционирование национальной системы средств массовой информации. В указанных контекстах происходит естественный процесс потери