

3. *Мостовая Д.* 8 фактов о медиа-рынке в Польше // *Figma.ru*. 2017. 27 авг. [Электронный ресурс]. URL: http://figma.ru/data/s_opinion/74553/ (дата обращения: 24.07.2020).
4. *Евсеева Л. П.* Польские медиа в конкурентной борьбе // *Медиаскоп*. 2005. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru> (дата обращения: 26.07.2020).
5. Длинные руки консервативной Варшавы: немцев выгоняют из польских СМИ // *Baltnews.lt*. 2020. 20 июля [Электронный ресурс]. URL: https://baltnews.lt/mir_novosti_/20200720/1020069819/Dlinnye-ruki-konservativnoy-Varshavy-nemtsev-vygonuyut-iz-polskikh-SMI.html (дата обращения: 27.07.2020).
6. *Преображенский И.* Варшава учится у Москвы глушить «вражеские голоса» // *Rosbalt.ru*. 2020. 21 июля [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosbalt.ru/blogs/2020/07/20/1854645.html> (дата обращения: 28.07.2020).

NEW MEDIA: ФИЛОСОФИЯ «СМЫСЛОВ»

Е. И. Кононова¹⁾, И. И. Лещинская²⁾

*¹⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
kononovaelena@mail.ru,*

*²⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
liracom@yandex.ru*

В статье рассматривается современное прочтение философского определения социального пространства, в котором определенную нишу занимают новые медиа. Функции средств массовой информации расширяются вследствие активного использования интернета и новых медиа в странах мира. Социологические исследования в Беларуси констатируют быстрый рост интернет-пользователей, в первую очередь из молодежной аудитории, активность белорусских блогеров, их влияние на формирование общественного мнения. Результаты исследования показывают увеличение публикаций на актуальные темы жизни белорусского общества, популярность новых медиа. Это позволяет сделать вывод о серьезном влиянии новых медиа на социальную активность белорусов, вовлечение населения Беларуси в современный информационный мейнстрим.

Ключевые слова: новые медиа; средства массовой информации; социальное пространство; интернет-пользователь; блогер; общественное мнение.

NEW MEDIA: PHILOSOPHY OF «MEANINGS»

E. I. Kononova^a, I. I. Liashchynskaya^b

*^aBelarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. I. Kononova (kononovaelena@mail.ru),*

*^bBelarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: I. Liashchynskaya (liracom@yandex.ru)*

The article discusses the modern interpretation of the philosophical definition of social space in which a new niche is occupied by new media. The functions of media are expanding due to the active use of new media around the world. Sociological researches in Belarus show rapid growth in Internet users, primarily among the youth audience. The research also shows the activity of Belarusian bloggers who have a certain influence on the formation of public opinion, demonstrate a quantitative increase in publications on relevant topics, attract users and popularize new media. This allows to conclude that new media have a significant impact on the public activity of Belarusians, the involvement of the population of Belarus in modern information mainstream.

Key words: new media; media; social space; Internet user; blogger; public opinion.

Миллениум ознаменовал новый этап в жизни человечества, когда в управлении социально-экономическими и политическими процессами в странах мира стал активно использоваться универсальный коммуникационный инструмент – интернет. За короткое время он динамично распространился на всех континентах и постепенно стал менять философию использования информации. Именно интернет привел к появлению новых медиа, вывел на более качественный уровень функционирование традиционных СМИ, профессиональную журналистскую деятельность и сформировал мощную мотивацию у обычных пользователей, которая базировалась на свободном доступе и скорости передачи информации. Интернет-технологии стали триггером в появлении новых «смыслов» медиaprостранства, во влиянии новых медиа на мировой социум, на международную информационную политику. Поэтому данный

процесс представляет большой интерес как научная тема и философское осмысление.

Следует отметить, что изменения, связанные с использованием интернета, проявились в странах мира не одновременно и неравномерно. Характер и темпы внедрения технологий находились в пропорциональной зависимости от устойчивости социально-экономического развития государства, количественного роста пользователей, их квалификации, образования, социального статуса и других параметров. Не обошел этот процесс и парадоксальный фактор. Известный английский профессор Пол Брэдшоу, который известен не только как ученый, но и как онлайн-журналист и блогер, отмечал, что «в прошлом веке произошли три важных события: из мира недостатка информации мы шагнули в мир информационной перегрузки; из мира, в котором правительство и коммерсанты нуждались в медиа для распространения информации, мы перешли в мир, где они могут распространять ее самостоятельно; из мира, в котором граждане нуждались в СМИ для получения информации, мы попали в мир, где любой гражданин имеет доступ к информации и, более того, может ее производить самостоятельно» [1].

К 2020 г. большинство стран Европы, Северной Америки, Юго-Восточной Азии демонстрировали активное использование новых медиа, которое имело характерные особенности и, в целом, положительные результаты. В Африке также наблюдался процесс вхождения в эру интернета, однако новые технологии углубили неравномерность развития регионов этого континента, то есть сделали бедные страны еще беднее. Вследствие этого важно обратить внимание на *количественные* показатели, отражающие доступность и возможности новых технологий, и понять причины такого дисбаланса.

Другая *качественная* составляющая в философской рефлексии над «смыслами» современной медиаинформации состоит в дефиниции социального пространства, которое стало объектом изучения мыслителей XX века. Анализ генезиса социального пространства, предпринятый французским философом и социологом Э. Дюркгеймом, заложил традицию аналитического дуализма в трактовке данного феномена. Немецкий философ и социолог Г. Зиммель использовал понятие «пространство» для описания взаимодействия людей и социальных групп друг с другом. Развитие данного подхода было продолжено целым рядом выдающихся мыслителей, таких как П. Сорокин, Э. Гофман, П. Бергер и Т. Лукман, А. Лефевр, Э. Гидденс и др.

В работах российского ученого В. И. Ильина был предложен иной подход к трактовке данного феномена. Сущность первого подхода заключалась в том, что социальное пространство – это совокупность субстанций, т. е. индивидов, их групп и организаций, соединенных социальными отношениями. Второй подход базируется на идее, что социальное пространство – это надындивидуальная реальность, состоящая из структурированных социальных отношений. По мнению В. И. Ильина, «социальное пространство – это силовое поле, создаваемое взаимодействующими индивидами, их практиками, но вместе с тем имеющее свое особое (системное) качество, отсутствующее в самих индивидах (например, государство, право, обычаи, мораль и т. д.)» [2]. Данная парадигма понимания социального пространства коррелирует со «смыслами», в которых функционируют новые медиа с их инновационными характеристиками.

В Беларуси наблюдается небывалый всплеск активности в использовании новых медиа в социальном пространстве. Так, мониторинговая система Looqme по заказу marketing.by провела тестовый анализ цитируемости белорусских блогеров в СМИ и соцсетях Беларуси. Цель исследования – отследить уровень цитируемости блогеров в СМИ как показатель их популярности для аудитории, медийности и возможном влиянии данных персон на определенные сообщества. В частности, оценивался уровень интенсивности обращения представителей различных аудиторий к веб-сайтам наиболее известных блогеров. Команда Looqme исследовала цитируемость блогеров на протяжении второго полугодия 2019 года.

Две трети всех упоминаний в СМИ посвящены блогам социальной или политической тематики. Из всего количества публикаций: 54 % – это информационно-новостные сайты; 37 % – консолидаторы/агрегаторы; 3 % – общественно-политические; 1 % – нишевые (маркетинг/PR, авто-мото, спорт, теле-радио). В соцсетях 91 % сообщений, посвященных контенту блогеров, – это комментарии. Также блогеры могут упоминать и других блогеров в своих постах. В постах и репостах больше всего упоминаний всех блогеров в социальной сети Facebook. Их количество составляет 32 %. Если добавить к этому и упоминания в комментариях, то их более всего встречается на YouTube. Их количество достигает 76 %. Следует обратить внимание на то, что у каждого блогера имеется свой источник наибольшей упоминаемости [3]. Эти исследования являются свидетельством значительного влияния новых медиа на общественное сознание. Они де-

монстрируют возможности популярных блогеров воздействовать на ценностные ориентации и предпочтения молодежной аудитории Беларуси.

Доля активных пользователей интернетом в Беларуси принадлежит поколению миллениалов в возрасте 14–30 лет и составляет 99,1 %, при этом 96,6 % пользователей данной возрастной категории входит в сеть ежедневно. Такими данными поделился Белстат в статистическом обзоре по случаю Дня молодежи, который отмечается в Беларуси ежегодно 5 июля (данные за 2019 г.). Цели посещения интернет-сайтов белорусской молодежью, по уровню популярности, распределились следующим образом: чаще всего юноши и девушки заходят в сеть для поиска информации (98,6 %). На втором месте среди причин заходов в интернет – общение в социальных сетях (97,1 %). И на третьем – просмотр фильмов, скачивание музыки и т. д. (96,3 %). По данным Белстата, численность молодежи в среднем в Беларуси составляла 1828,6 тыс. человек, то есть каждый пятый житель страны относился к данной категории [4].

Информация в новых медиа может носить неоднозначный характер, так как не всегда комментарии и посты, восторженно воспринимаемые и распространяемые в социуме, соответствуют требованиям объективности и этической корректности, а иногда оказываются просто пустыми. В этой связи можно привести высказывание Элеоноры Рузвельт (Anna Eleanor Roosevelt), американского общественного деятеля и супруги президента США, которая остроумно отметила, что великие умы обсуждают идеи, средние умы обсуждают события, а мелкие умы обсуждают людей.

Проведенные исследования, посвященные анализу белорусской современной журналистской практики, показывают неуклонный количественный рост актуальных тем, в большинстве молодежных. Предметом их обсуждения явились проблемы социально-экономической и политической жизни общества. Значительное место в этом ряду занимают проблемы культуры и образования. Во-первых, это является свидетельством новых и позитивных тенденций в развитии информационного пространства Республики Беларусь. Во-вторых, результаты исследования указывают на повышение уровня требовательности значительного числа пользователей к содержанию медиаконтента, социальной ответственности белорусских блогеров. В-третьих, в современных условиях очевидна необходимость объединения исследовательских усилий фи-

лософов, социологов и журналистов для осмысления комплекса проблем, связанных с нахождением «смыслов» функционирования СМИ в информационном пространстве, а также для их быстрого и продуктивного решения.

Библиографические ссылки

1. *Бредшоу П.* СМИ 21-го века [Электронный ресурс]. URL: <http://habrahabr.ru/post/54808/> (дата обращения: 16.05.2020).
2. *Ильин В.* Теория социального неравенства (структуралистско-конструктивистская парадигма). М.: Институт социологии РАН, 2000 [Электронный ресурс]. URL: <http://socnet.narod.ru/library/authors/ilyin/neravenstvo/1-3.html> (дата обращения: 18.06.2020).
3. Кого из белорусских блогеров любят СМИ [Электронный ресурс]. URL: <https://thinktanks.by/publication/2020/06/17/kogo-iz-belorusskih-blogerov-bolshe-vsego-lyubyat-smi.html> (дата обращения: 17.06. 2020).
4. 99 процентов белорусской молодежи сидит в интернете [Электронный ресурс]. URL: <https://thinktanks.by/publication/2020/07/05/99-belorusskoymolodezhi-sidit-v-internete.html> (дата обращения: 05.06.2020).

СТРУКТУРНО-ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БЕЛОРУССКИХ КОНВЕРГЕНТНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (на примере сетевого издания sb.by и портала zviazda.by)

О. В. Луцинская

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
olgalu805@gmail.com*

В работе кратко описывается репрезентация формальных критериев и критериев мультимедийных технологий в конвергентных средствах массовой коммуникации, рассматриваемых на примере сетевого издания sb.by и портала zviazda.by. Выделенные критерии являются составной частью авторской интегративной методики дискурсного анализа.

Ключевые слова: конвергентные средства массовой коммуникации; интегративная методика дискурсного анализа; формальные критерии; критерии мультимедийных технологий.

**STRUCTURAL AND ORGANISATIONAL CHARACTERISTICS
OF THE BELARUSIAN CONVERGENT MEDIA
(on the example of the online edition sb.by
and the portal zviazda.by)**

O. V. Luschinskaya

Belarusian State University,

9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus

Corresponding author: O. V. Luschinskaya (olgalu805@gmail.com)

The article describes in a short way the representation of formal criteria as well as criteria of multimedia technologies in the Belarusian convergent media on the example of online edition sb.by and internet-portal zviazda.by. Highlighted criteria are a constituent part of the author's integrative methods of discourse analysis.

Key words: convergent media; integrative methods of discourse analysis; formal criteria; criteria of multimedia technologies.

Для анализа и в дальнейшем построения модели медийного дискурса белорусских конвергентных СМК была разработана авторская *интегративная методика дискурсного анализа*, включающая четыре группы критериев: формальные, мультимедийных технологий, экстра- и интралингвистические критерии. Объектом исследования явились сетевое издание sb.by и портал zviazda.by. В данной работе мы сфокусируем внимание на реализации формальных и мультимедийных критериев в двух изданиях, а также выявим общие и отличительные черты в обозначенных конвергентных СМК.

Организация рубрик (разделов) и их тематическое наполнение. Выбор рубрик, их тематическое наполнение и выстраивание с учетом системно-иерархических отношений определяется редакционной политикой каждого издания. В сетевом издании sb.by разделов больше, чем на портале zviazda.by. Акцент в двух конвергентных СМК делается, в первую очередь, на национальные и региональные события. Международные новости освещаются в разделе «В мире» в двух изданиях. На портале zviazda.by в этой рубрике внимание сфокусировано, в большей степени, на событиях Китая. В каждой рубрике соблюдается тематический принцип.