

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА
«МАССОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ И КНИГОИЗДАНИЕ»
НА 2021–2025 гг.: СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ
НАЦИОНАЛЬНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Д. Н. Дроздов

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

Тема доклада – основные направления трансформации системы национальных средств массовой коммуникации. Проблема исследования состоит в необходимости анализа соответствия приоритетов государственной информационной политики Республики Беларусь мировым трендам развития информационного пространства.

Ценность его результатов и практическое значение заключается в возможности оптимизации редакционной политики белорусских медиа.

Ключевые слова: цифровизация; информационно-коммуникационные технологии; маркетинговая стратегия; национальные СМИ; редакционная политика.

**STATE PROGRAM
«MASS INFORMATION AND BOOK PUBLISHING»
FOR 2021–2025 NATIONAL MASS MEDIA
DEVELOPMENT STRATEGIES**

D. N. Drozdov

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: D. N. Drozdov (dndrozdov@mail.ru)*

This report deals with the main directions of national mass media system transformation. The problem of this research is the compliance of Belarusian state information policy priorities with the global trends of information space development. The value of its results and practical significance lies in the possibility of optimizing the Belarusian media editorial policy.

Key words: digitalization; information and communication technologies; marketing strategy; national media; editorial policy.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 21 от 18 января 2021 г. была утверждена Государственная программа «Массовая информация и книгоиздание» на 2021–2025 г. Целью данной Государственной программы является увеличение влияния СМИ на формирование позитивного общественного мнения, сохранение и укрепление нравственных ценностей общества, традиций патриотизма и гуманизма, культурного и научного потенциала страны [1]. Для достижения этой стратегической цели предусмотрено решение целого комплекса задач, первой из которых названо улучшение качества информационных товаров и услуг государственных СМИ, повышение их конкурентоспособности на национальном рынке массовой информации. Успешное решение данных задач позволит в полной мере удовлетворять потребности граждан в получении объективной, своевременной и исчерпывающей информации, обеспечит устойчивое функционирование государственных и других юридических лиц, осуществляющих издательскую деятельность, создаст необходимые условия для реализации государственной политики в сфере массовой информации.

В документе отмечается значительный масштаб влияния медиасферы на процессы функционирования государства и общества, поскольку СМИ информируют о происходящем, распространяют знания, жизненный опыт, формируют общественное мнение, осуществляют функцию социального контроля, способствуют сохранению и развитию белорусского языка и культуры. Многогранная деятельность медиа является одним из основных условий для решения важнейших задач государственной политики, развития инновационного гражданского общества. В рамках усиливающихся глобальных процессов дигитализации и медиатизации от уровня развития национального информационного пространства в значительной степени зависят экономика, обороноспособность, внешняя и внутренняя политика страны, он непосредственным образом влияет на поведение отдельных людей, формирование общественных объединений, социальную стабильность в целом.

Особое внимание в государственной информационной политике уделяется печатным СМИ, которые по-прежнему занимают значительный сегмент информационного поля страны. Рынок прессы в Республике Беларусь отличается структурированностью, большим количеством субъектов и высокой конкурентностью, продолжается падение тиражей изданий. Поэтому редакции газет и журналов должны внести в свои стратегии изменения, соответствующие вызовам времени, печатный контент необходимо сделать уникальным рыночным предложением,

качественно отличающимся от условно бесплатного контента теле- и радиопрограмм, веб-ресурсов. В рамках конвергентных процессов печатным изданиям необходимо эффективно работать в интернете, как на корпоративных сайтах, так и развивать свои аккаунты в социальных сетях и мессенджерах. В условиях цифровой трансформации национальной медиасферы стратегическими направлениями редакционной политики белорусской прессы должны стать усиление аналитичности, образности и публицистичности контента для интернет-площадок, диверсификация предложения информационных продуктов и услуг, создание качественного мультимедийного контента в цифровом формате.

Еще одним важным инструментом реализации государственной информационной политики являются радиовещательные и телевизионные компании, которые также активно используют интернет-технологии, в частности IPTV и OTT-платформы, для увеличения форматов и каналов распространения своих продуктов и услуг. В условиях трендов визуализации контента и возрастающей популярности коротких видео все государственные телевизионные СМИ успешно работают на корпоративных сайтах, в социальных сетях, на видеохостинге YouTube, в Telegram-каналах, группах в мессенджерах Viber, WhatsApp и других, таким образом значительно расширяя свою аудиторию, усиливая влияние на общественное мнение. Важной характеристикой вещательной политики государства является наличие социального пакета бесплатных программ, транслируемых на территории всей страны, а также работа по адаптации телевизионного продукта для лиц с нарушениями слуха, созданию специальных проектов, направленных на интеграцию в общественную жизнь людей с ограниченными возможностями. Национальное телевидение осуществляется с использованием таких современных вещательных платформ и сред, как наземное цифровое эфирное, спутниковое, кабельное, IP- и OTT-телевидение, вещание с использованием сотовой мобильной связи. Важнейшей характеристикой контент-стратегии вещательных компаний является выполнение положения Закона Республики Беларусь от 17 июля 2008 г. № 427-З «О средствах массовой информации» об обязательной доле передач отечественного белорусского производства в объеме вещания телевизионных СМИ не менее 30 процентов.

Национальное радиовещание заняло достаточно стабильное место в структуре медиапотребления населения страны. В целях максимального распространения аудиоконтента активно используются современные и удобные для слушателей способы дистрибуции радиопрограмм и ин-

формационные площадки. Редакции радиокomпаний эффективно дополняют эфирное вещание работами на корпоративных сайтах в интернете, социальных сетях, используют такой относительно новый инструмент, как онлайн-вещание. На веб-площадках размещаются фотографии, собственные аудио-, видео- и текстовые материалы, анонсы событий и радиопередач, здесь проводятся голосования и конкурсы. Лидирующие позиции по количеству медиаресурсов, охвату аудитории собственным вещанием продолжают занимать радиoproграммы Первого национального канала Белорусского радио, канала «Культура», радиостанций «Радиус-FM», «Столица» и «Беларусь», входящих в структуру Белтелерадиокomпании.

Главными конкурентами для традиционных СМИ на рынке массовой информации в последнее время являются социальные сети и мессенджеры, которые стали для аудитории важным источником получения новостей, развлекательной информации и востребованным инструментом общения. Необходимо учитывать и тот факт, что популярные интернет-ресурсы, прежде всего социальные сети и мессенджеры, являются площадками, объединяющими людей по самым различным интересам, причем количество членов некоторых таких групп достаточно значительное. В этих условиях для редакций актуальной является задача не просто присутствовать в новой коммуникационной среде, а развивать свои аккаунты с помощью инструментов SEO и SMM, технологий проектного менеджмента Agile и Scrum.

В условиях нестабильной внешней среды, увеличения количества альтернативных источников информации, различного рода «фейков» и «вбросов» соответствующие органы государственного управления должны постоянно проводить мониторинг важных изменений структуры рынка массовой коммуникации и медиапотребления, своевременно и эффективно реагировать на них. Проводя мероприятия, направленные на обеспечение информационного суверенитета и безопасности страны, необходимо также стремиться к повышению уровня доверия общественности к средствам массовой информации, а также уровня медиаграмотности и медиакультуры граждан. Одним из путей решения данных проблем является создание новых государственных сетевых изданий, эффективное использование редакциями газет, журналов, информационных агентств, радиовещания и телевидения дополнительных каналов дистрибуции контента и услуг. При этом важнейшей существенной характеристикой национальных СМИ должно оставаться сохранение высокого качества их медиапродуктов, потому что в условиях массово-

го распространения «постправды», «полуправды» и другой подобного рода информации у аудитории возникает запрос на качественную, профессиональную и объективную журналистику. Именно государственные, общественные и частные средства массовой информации Республики Беларусь, считающие своей миссией выражение национальной идеи и консолидацию общества на основе культурно-исторических ценностей белорусского народа, должны стать той реальной социальной силой, которая выступает в качестве главного субъекта информационного противодействия внешнему и внутреннему деструктивному влиянию в традиционных и новых информационных средах.

Библиографические ссылки

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 18 января 2021 г. № 21 «О Государственной программе «Массовая информация и книгоиздание» на 2021–2025 годы» // Национальный Интернет-портал Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100021> (дата обращения: 09.08.2021).

МЕДИА – ПЕРВИЧНЫЙ АГЕНТ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ*

Е. А. Зверева¹⁾, В. А. Хворова²⁾

*¹⁾ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет
им. Г. Р. Державина»,
ул. Интернациональная, 33, 392000, г. Тамбов, Россия,
Katya9_2001@mail.ru,*

*²⁾ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет
им. Г. Р. Державина»,
ул. Интернациональная, 33, 392000, г. Тамбов, Россия,
valeriya_hvorova@mail.ru*

Актуальность работы определяется необходимостью изучения свойств медиа, интенсифицирующих медиасоциализацию, имеющую первостепенное значение для современной молодежи и являющуюся ключевым способом освоения ценностей социального мира. Цель исследования – конкре-