

мозгов», но и управление индивидуальным и групповым, массовым сознанием и поведением [1, с. 40].

Новые механизмы коммуникации, возможность выстраивания разнообразного взаимодействия между пользователями и комплексного использования широкого арсенала мультимедийных форматов информации значительно увеличивают пропагандистский потенциал Интернета как пространства политических коммуникаций.

Список источников:

1. Мигун, Д. А. Информационный экстремизм и информационная безопасность / Д. А. Мигун. – Минск : РИВШ, 2020. – 64 с.
2. Политические институты и процессы в информационном обществе : учеб. пособие / И. В. Вашкевич [и др.] ; под ред. И. В. Вашкевич. – Минск : БГУИР, 2018. – 236 с.
3. Цымбал, В. И. О концепции информационной войны / В.И. Цымбал // Безопасность : информационный сборник. – 1995. – № 9. – С. 31-37.

*А.В. Посталовский, ведущий научный сотрудник
postalnio@tut.by
ЦСПИ БГУ (Минск, Беларусь)*

МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

В современных условиях развития цифровизации медиаконвергенция как форма функционирования воспроизводства и потребления информационного контента приобретает характер принципиально нового парадигмального вектора развития медиасферы. Стирание структурных границ в типологии СМИ приводит к фактическому размыванию границ между профессиональным журналистом и сетевым блогером, жидкокристаллическим (LCD) телевизором и смартфоном, прямой телевизионной трансляцией и технологией SmoothStreaming на видеохостинге Youtube. Медиаконвергентное состояние информационного поля видоизменяет роль традиционных СМИ (телевидение, печатные СМИ, радио) в контексте воспроизводства массовой информации и воздействия на аудиторию. Ранее, содержательные контексты воспроизводимого информационного контента и территориальный охват распространения информации играли определяющую роль в вопросе востребованности традиционных СМИ. Содержание информационного контента, частота распространения и доступность технических средств получения информации (например, наличие телевизора или иного устройства) ранее во многом определяли популярность тех или иных СМИ. В данном случае содержательная составляющая информационных материалов обуславливала направление

коммуникации по отношению к аудитории по принципу «ИНФОРМАЦИЯ-РАСПРОСТРАНЕНИЕ-ПОТРЕБЛЕНИЕ» [1, с. 110-111].

Медиаконвергентное состояние информационного поля привело к тому, что журналисты и профессиональные работники медиасферы перестали быть основными источниками воспроизводства и распространения массовой информации. В настоящее время абсолютно любой пользователь сетевого пространства может выступать не только реципиентом исходящего информационного контента, но самим находится в роли источника воспроизводства и распространения информации. Учитывая многообразие современной массовой информации, формируемой как традиционными источниками воспроизводства, так и самой аудиторией, имеющейся возможности мгновенного доступа к любому контенту, размещенному в открытом доступе сетевого пространства, наличием обратной коммуникативной связи между производителем и потребителем информации (пользовательские комментарии, визуальные инструменты сетевого одобрения в социальных медиа) современное информационное поле характеризуется содержательным переизбытком имеющегося медиаконтента.

Социологическое исследование особенностей функционирования национального информационного поля проводилось Центром социологических и политических исследований (ЦСПИ) БГУ по заданию Министерства информации Республики Беларусь в рамках НИР «Разработка комплекса технологий и инструментов оперативного реагирования на формирующиеся вызовы и угрозы в медиапространстве Республики Беларусь» (№ ГР 20181934).

Структуру информационного поля, согласно авторской классификации, составляет динамика информационного воздействия пяти основных сегментов, в состав которых входят как традиционные СМИ (телевидение, радио, печатные СМИ), так и Интернет-ресурсы (сайты, новостные порталы) в целом (включая средства сетевой виртуальной медиакommunikации). Согласно приведенным в таблице 1 данным, наиболее востребованными каналами получения информации по общественно-политической тематике является телевидение (50,2 %) и Интернет-ресурсы (сайты, новостные порталы).

Таблица 1. Распределение ответов на вопрос «К каким источникам Вы обычно обращаетесь, если хотите получить информацию по проблемам...»

<i>Источники информации</i>	Политики	Экономики	Культурной жизни	Экологии
К газетам	17,9	16,6	15,9	13,8
К радио	5,3	4,5	7,5	4,6
К телевидению	50,2	49,4	47,3	44,9
К Интернету (сайты, новостные порталы)	48,1	49,2	45,5	48,2
К Интернету (социальные сети)	9,2	8,4	16,4	11,9

По вопросам политики и культуры наиболее востребованным каналом получения информации выступает телевидение, по вопросам экологии – Интернет (сайты, новостные порталы). В отношении экономических вопросов в плане расстановки приоритетов аудитории достигнуто равенство между телевизионным и сетевым сегментом информационного поля – впервые за многолетний период мониторинговых исследований (2003-2019 гг.) – рисунок 1.

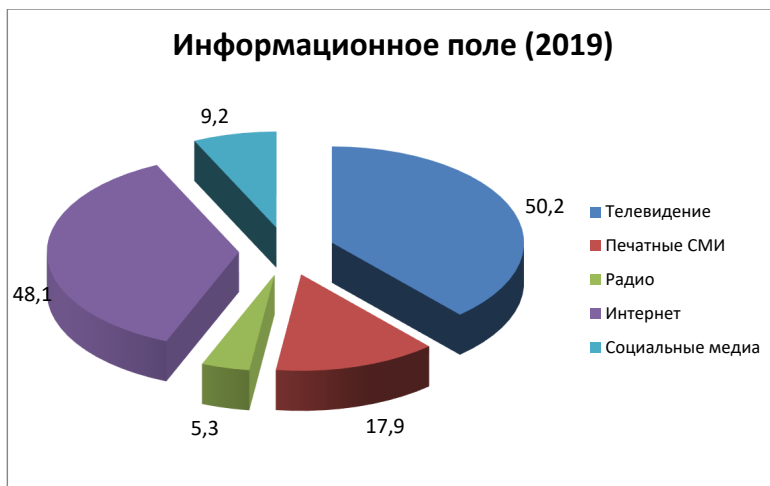


Рисунок 1 Доля основных источников получения информации по общественно-политической тематике в 2019 г. (в %)

Согласно данным массового опроса населения 2019 года, структуру национального информационного поля (рисунок 1) определяют фактически два равнозначных по степени информационного влияния на аудиторию сегмента – телевидение и интернет (сайты, новостные порталы). Позиции печатных СМИ значительно ниже, тем не менее, газеты по-прежнему используются аудиторией как источники получения массовой информации. Показатели радио (таблица 1) являются самыми низкими за весь период проведения социологических мониторинговых исследований ЦСПИ БГУ [1, с. 114].

В таблице 2 представлены показатели ответов респондентов в разрезе возрастных социально-демографических групп. Печатные СМИ в наибольшей степени востребованы среди аудитории в возрасте 60 и старше. Аналогичная тенденция сохраняется и в телевизионном сегменте информационного поля. Молодежь использует указанный источник информации (22,2 %), при этом востребованность телевидения среди аудитории 60 лет и старше составляет 75,1 %.

Таблица 2. Распределение ответов на вопрос «К каким источникам Вы обычно обращаетесь, если хотите получить информацию...» в разрезе возрастных групп

<i>переменные</i>	18-29	30-44	45-59	60 и старше
К газетам	5,7	8,3	19,7	36,8
К радио	1,7	3,2	6,1	9,9
К телевидению	22,2	43,1	57,6	75,1
К Интернету (сайты, новостные порталы)	74,8	64,8	42,8	12,6
К Интернету (социальные сети)	21,7	9,1	6,1	1,2

В связи с чем, представляется необходимым сделать вывод о том, что телевидение продолжает занимать весомые позиции в отечественном информационном поле во многом благодаря высокой востребованности телевизионного контента среди представителей среднего и старшего поколений. В отношении Интернета и социальных медиа наблюдается прямо противоположная тенденция, где общие показатели востребованности формируются во многом за счет молодежи.

Общая картина изменения приоритетов аудитории национального информационного поля в период 2003-2019 гг. представлена на рисунке 2. На протяжении пятнадцатилетнего периода исследований телевидение выступало основополагающим источником получения информации среди аудитории. Общие процессы цифровизации общества, возможности мгновенного распространения информационного контента и доступа к интересующей информации обусловили стремительное развитие сетевого сегмента национального информационного поля, который в контексте приоритетов потребителей информации сравнялся с телевидением (в разрезе всех возрастных групп) – рисунок 2.

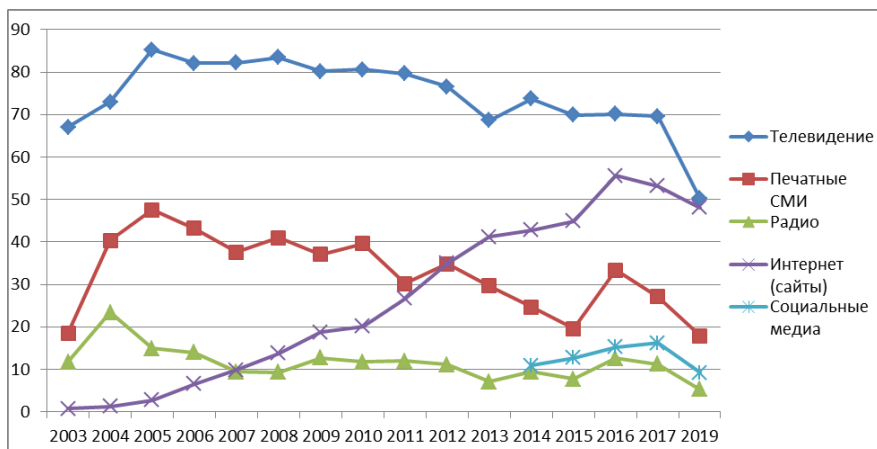


Рисунок 2. Динамика изменения приоритетов аудитории относительно структурных сегментов информационного поля (2003-2019 гг.)

Исходя из полученных эмпирических данных, именно в 2019 году достигнуто условное «равновесие» в вопросе расстановки приоритетов национальной аудитории в отношении источников получения информации.

В настоящее время индивид, в частности, молодое поколение, функционирует в пространстве всеобъемлющих масштабов распространения информации и мозг, в данном случае, даже гипотетически неспособен справляться с такими объемами медиапотребления, вследствие чего молодежь практически не занимается аналитической фильтрацией информации, выбирая либо развлекательный контент либо ту информацию, которая подается в максимально простых для восприятия форматах. Указанное обстоятельство по своей сути не выступает суть позитивным или негативным явлением. Фактически это абсолютно естественная ситуация для сформировавшегося медиапотребления в контексте медиаконвергенции информационной сферы. Полученные эмпирические результаты в полной мере отражают состояние пространства «клипов» по Э.Тоффлеру и общие процессы оптимизации информационного контента в пользу упрощения и обеспечения простоты восприятия. Формирующаяся тенденция, в свою очередь, оказала существенное влияние и на журналистские практики воспроизводства массовой информации. Простота восприятия материалов современных медиа выступает новым парадигмальным направлением подготовки и распространения информационного контента, уступая место аналитической и критической рефлексии в отношении массовой информации.

Список источников:

1. Посталовский, А. В. Современные тенденции функционирования национального информационного поля Республики Беларусь / А.В. Посталовский // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. – 2020. – № 1. – С. 110–118.

***В.В. Старичёнок**, аналитик
starichenok1979@gmail.com
БИСИ (Минск, Беларусь)*

**БЕЛОРУССКОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО:
ПРИОРИТЕТЫ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ**

Актуальность и значимость исследования медиапространства определяется рядом обстоятельств: возрастающим влиянием инфосреды на формирование умонастроений общественности, широким использованием СМИ для манипуляции мнением населения, активной ролью внешних сил, создающих и направляющих информационные потоки на другие государства и достигающих за счет этого выгодных для себя политических дивидендов. «Сегодня основные угрозы государству формируются не на поле боя, а в информационном пространстве. Мы испытываем на себе возрастающее внешнее и внутреннее медиадавление. Ситуация давно требует принятия решительных мер по укреплению информационной безопасности страны» – констатировал А.Г. Лукашенко, выступая перед парламентом 19 апреля 2019 г. [5]. Принятая месяцем ранее Концепция информационной безопасности Республики Беларусь стала документом, где на концептуальном уровне обозначены принципы государственной информационной политики. Разъясняются они и в учебном процессе, для чего подготовлена соответствующая литература [1].

Белорусское медийное пространство постоянно находится в фокусе внимания отечественных социологов [2; 4; 6; 9]. Из выявленных ими трендов, определяющих развитие современного инфопространства, особого внимания в контексте данного исследования заслуживают «дигитализация» (Г.П. Коршунов) и «медиаконвергенция» (А.В. Посталовский). Под первой понимается «перевод информации в цифровую сферу» [2, с. 7], под второй – «взаимное медиазамещение средствами массовой информации и сетевой коммуникации друг друга» [6, с. 119]. В такой ситуации продолжает быть актуальным выявление приоритетов медийного потребления в Беларуси, определение места государственных СМИ в новой медиареальности, выработка и применение механизмов обеспечения их эффективной работы.

Современное общество вплотную приблизилось ко времени, когда Интернет станет доминирующим источником информации для всех граждан страны. Как показывают опросы Института социологии НАН Беларуси (далее – Институт социологии), если в 2011 году источником информации для 89 % опрошенных белорусов являлось телевидение и лишь для 37 % интернет, то в