

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

2019 году интернет обогнал телевидение. Отвечая в июне 2019 года на вопрос «Из каких источников Вы обычно получаете информацию?», 66 % граждан Беларуси назвали интернет и 65 % телевидение. Последнему отдают предпочтение лишь старшие возрастные группы (см. таблицу 1).

Название источника	В целом	До 30 лет	30–50 лет	Старше 50 лет
Интернет	66 %	95 %	80 %	31 %
Телевидение	65 %	40 %	66 %	83 %
Родственники, друзья	43 %	45 %	40 %	44 %
Газеты, журналы	26 %	10 %	26 %	37 %
Коллеги по работе, руководство	22 %	22 %	26 %	17 %
Радио	17 %	10 %	20 %	20 %

Таблица 1 – Источники информации для белорусов различных возрастов (опрос Института социологии июня 2019 года)

Проявившаяся в 2019 году конфигурация общественного мнения – закономерное следствие глобального тренда, зафиксированного и другими организациями. В частности, опросы Центра социологических и политических исследований БГУ установили, что доля белорусов, которые практически ежедневно смотрели телевизионные передачи, сократилась с 80 до 60 % в 2003–2017 гг. Одновременно увеличилась доля тех, кто не смотрел телевизор вообще (с 2 до 13 %). Количество не читающих газеты за это время выросло с 1 до 55 %, не слушающих радио – с 38 до 66 % [6, с. 68, 89, 107]. Аналогичные результаты содержат опросы Информационно-аналитического центра при Администрации Президента Республики Беларусь (ИАЦ). Если в 2016 году 70 % белорусов смотрели телепрограммы больше одного часа в сутки, то в 2018 этот показатель сократился до 55 %. Отвечая на вопрос «Из каких источников Вы обычно получаете необходимую информацию о жизни в Беларуси и за рубежом?», телевидение назвали 91 % в 2009 и 72 % в 2018 году. Следовательно, рейтинг телевидения за десятилетие упал почти на двадцать пунктов. Те же тенденции затронули печатные СМИ и радио [7, с. 133–135].

Разумеется, сегодня уже не следует отделять традиционные СМИ от интернета, так как они имеют сайты, электронные версии, странички в социальных сетях и т.д. Растёт количество людей, которые предпочитают читать газеты в сети (с 11 % в 2017 до 19 % в 2018 году) и уверены, что интернет-издания полностью вытеснят печатные СМИ (с 42 % в 2013 до 52 % в 2018 году) [7, с. 148, 153]. Телевизор перестал быть единственным средством телесмотра. Как показал телефонный опрос, проведенный Институтом социологии в августе 2019 года в Минске и других крупных городах Беларуси, население активно использует для просмотра телепередач мобильные телефоны (23 %), планшеты и ноутбуки (18 %), стационарные компьютеры (15 %) [11, с. 189]. В свою очередь, телевизор все чаще становится удобным гаджетом, используемым для потребления интернет-контента.

Отдельным трендом является частичная утрата рядом ведущих белорусских СМИ (в том числе государственных) аудитории при сохранении ими топового положения в своей категории. В частности, опросы ИАЦ установили, что популярность первой тройки печатных изданий («СБ. Беларусь сегодня», «Комсомольская правда в Беларуси», «Аргументы и факты в Белоруссии») за четыре года сократилась почти в два раза (см. таблицу 2).

Название издания	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
«СБ. Беларусь сегодня»	28 %	34 %	19 %	17 %
«Комсомольская правда в Беларуси»	32 %	30 %	19 %	17 %
«Аргументы и факты в Белоруссии»	26 %	29 %	16 %	15 %

Таблица 2 – Наиболее популярные среди белорусов газеты (читали в течение месяца перед опросом) (опросы ИАЦ 2015–2018 гг.)

Аналогичная ситуация выявлена в отношении телеканалов: доля респондентов, сказавших, что обычно смотрят «ОНТ», сократилась с 81 % в 2010 до 70 % в 2013 и 63 % в 2017 году [6, с. 74]. Очевидно, данные ресурсы, теряя рейтинг, но продолжая находиться в топе, с опозданием приступили к освоению интернет-пространства, что впоследствии вынудило их наверстывать упущенное.

Развитие эпидемии коронавируса и «самоизоляция» населения превратили интернет в основную точку подключения к миру. Наиболее популярные в сети «независимые» ресурсы в результате еще больше нарастили свою аудиторию. В частности, по данным компании “SimilarWeb”, посещаемость “Tut.by” увеличилась с 69,7 млн в январе до 92,6 млн в апреле 2020 года. На это издание интернет-пользователи в целом тратят больше времени, чем на государственные СМИ. В то время как в среднем за три месяца (в феврале–апреле 2020 года) пользователи открывали 4,6 страничек на “Tut.by”, а время посещения сайта составляло 5.50 минут, то на «БелТА» и «СБ. Беларусь сегодня» данные показатели были ниже: соответственно 2,02 и 2,46 страниц и 1,35 и 1,37 минуты.

Как видно из приведенной ниже таблицы ведущие государственные СМИ «БелТА» и «СБ. Беларусь сегодня» отстают не только от “Tut.by” и “Onliner”, но и от российского “Sputnik.by” (см. таблицу 3).

Сайт	Январь	Февраль	Март	Апрель	Итого
“Tut.by”	69,70 млн	64,92 млн	81,52 млн	92,61 млн	306,75 млн
“Onliner”	35,44 млн	31,75 млн	36,07 млн	34,97 млн	138,23 млн
“Sputnik”	11,16 млн	7,854 млн	17,01 млн	25,38 млн	61,404 млн
«СБ. Беларусь сегодня»	4,640 млн	3,890 млн	3,987 млн	4,065 млн	16,582 млн
«БелТА»	3,514 млн	3,441 млн	3,857 млн	4,922	15,734 млн

Таблица 3 – Посещаемость сайтов в январе – апреле 2020 года (по данным “SimilarWeb”)

Специфика современного медиапространства благоприятствует децентрализации источников распространения информации, в силу чего происходит своеобразное уравнивание каналов ее донесения. Мощные государственные СМИ в результате растворяются в многообразии виртуального мира, что сужает потенциал их воздействия на общественное мнение. Реальная конкуренция крупным медиа со стороны отдельных телеграм-каналов или блогеров становится данностью, с которой нужно считаться.

В то время как традиционные СМИ стараются занять свою нишу в интернете, возникают новые типы медиа, которые необходимо осваивать. Характерный пример – мессенджер «Телеграм» [10]. Возможности его использования в качестве медиаресурса, удобного и позволяющего передавать информацию быстро, в простой и сжатой форме обусловили его «взлет» в Беларуси, который пришелся на 2020 год.

Согласно замерам Института социологии, «Телеграм» занимал в рейтинге мессенджеров в конце 2018 года четвертое место: его использовали 13 % респондентов. Аудитория, у которой он был наиболее популярен, – жители городов (14 %) и молодежь (27 %) [8].

В опросе белорусов в возрасте до 30 лет, проведенном Академией управления при Президенте Республики Беларусь в феврале 2020 года, мнение молодых людей о мессенджерах исследовано подробнее. По уровню популярности «Телеграм» оказался на втором месте после «Вайбера». Ежедневно либо несколько раз в неделю им пользовались 39 % респондентов, в Минске – 60 % (см. таблицу 4).

Частота использования	В целом по стране	г. Минск	Горожане	Сельчане	Юноши	Девушки
Ежедневно	25 %	40 %	27 %	13 %	27 %	23 %
Несколько раз в неделю	14 %	20 %	15 %	8 %	13 %	15 %
Несколько раз в месяц	10 %	9 %	9 %	14 %	9 %	10 %
Не пользуюсь	51 %	31 %	49 %	61 %	50 %	51 %

Таблица 4 – Частота использования мессенджера «Телеграм» белорусской молодежью (опрос Академии управления февраля 2020 года)

Активное использование «Телеграм» в период президентских выборов 2020 года и после них существенно усилили позиции данного мессенджера [3]. Если в июле 2019 года его белорусская интернет-аудитория насчитывала 200 тысяч человек в возрасте от 15 до 74 лет [10, с. 206], то в середине августа 2020 г., по некоторым подсчетам, она составила около 2,4 млн пользователей [3, с. 8]. Мессенджер стал достаточно популярным источником информации и в сферах, которые не связаны напрямую с политикой. На это

указывают результаты опроса Института социологии октября – ноября 2020 года. Отвечая на вопрос «Если Вы получаете информацию об исторических событиях Беларуси из интернета, то каким источникам отдаете предпочтение?», 9 % респондентов выбрали «Телеграм». Этот показатель выше у лиц с высшим образованием (12 %), жителей Минска (14 %), молодых людей в возрасте до 25 лет (22 %).

Таким образом, успех информационной политики государства зависит от ее гибкости и умения адаптироваться под стремительно меняющиеся медиареалии. Работа по формированию общественного мнения, выполняемая государственными и прогосударственными СМИ, должна органично сочетаться с удовлетворением медийных запросов населения и ориентацией контента на потребителя, использованием передовых технологий производства и распространения информации.

Список источников:

1. Государственная политика информационной безопасности и информационное противоборство: учеб. пособие / В.Ю. Арчаков, А.Л. Баньковский, А.В. Ивановский, О.С. Макаров. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2020. – 228 с.

2. Коршунов, Г.П. Контуры будущего в зеркале социологии / Г.П. Коршунов // Белорусская думка. – 2019. – № 11. – С. 3–10.

3. Мессенджер Telegram как средство коммуникации и самоорганизации в ситуации политического кризиса Беларуси / Центр европейской трансформации; О. Шелест, А. Шутов, Ю. Назаренко. – Минск: Центр европейской трансформации, 2020. – 20 с.

4. Особенности трансформации информационного поля Республики Беларусь в современных условиях: социологический анализ / И.И. Бузовский, А.Н. Карлюкевич, А.В. Посталовский, Д.Г. Ротман. – Минск: Вышэйшая школа, 2020. – 134 с.

5. Послание белорусскому народу и Национальному собранию, 19 апреля 2019 года / А.Г. Лукашенко [Электронный ресурс] // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.president.gov.by/ru/news_ru/view/poslanie-beloruskomu-narodu-i-natsionalnomu-sobraniju-20903/. – Дата доступа: 20.12.2020.

6. Посталовский, А.В. Национальное информационное поле в контексте вызовов и угроз современного мира: социологическое измерение / А.В. Посталовский. – Минск: РИВШ, 2019. – 236 с.

7. Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований / Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь. – Минск: ИАЦ, 2018. – 180 с.

8. Самые популярные мессенджеры [Электронный ресурс] // Институт социологии НАН Беларуси. – 2019. – 24 мая. – Режим доступа: <https://socio.bas-net.by/samye-populyarnye-messendzhery-sredi-belorusov/>. – Дата доступа: 16.12.2020.

9. Сухотский, Н.Н. Медиапредпочтения белорусов: ключевые тенденции / Н.Н. Сухотский [Электронный ресурс] // Белорусский институт стратегических исследований. – 2020. – 13 марта. – Режим доступа: <https://bisr.gov.by/mneniya/mediapredpochteniya-belorusov-klyuchevye-tendencii>. – Дата доступа: 16.09.2020.

10. Чернобай, А.И. Политический сектор белорусского пространства Telegram / А.И. Чернобай // Безопасность и устойчивое развитие: теория и практика в условиях цифровой трансформации: материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 5–6 дек. 2019 г.: в 5 т. / Институт национальной безопасности; редкол.: Г. Г. Краско (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2019. – Т. 2. – С. 205–208.

11. Шкурова, Е.В. Цифровизация в интерактивном медиaprостранстве (на примере телевидения) / Е.В. Шкурова, Е.А. Поклад // Социологический альманах. – 2020. Выпуск 11. – С. 184–193.