
ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ



Минск
«Вышэйшая школа»
2020

УДК 316.774(476)
ББК 60.56(4Бел)
О-75

Авторы: И.И. Бузовский, А.Н. Карлюкевич, А.В. Посталовский,
Д.Г. Ротман

Рецензенты: член-корреспондент Национальной академии наук
Беларуси, доктор социологических наук, профессор *А.Н. Данилов*; доктор
социологических наук, профессор *С.А. Шавель*

Выпуск издания осуществлен по заказу и при финансовой поддержке
Министерства информации Республики Беларусь.

*Все права на данное издание защищены. Воспроизведение всей книги или любой
ее части не может быть осуществлено без разрешения издательства.*

ISBN 978-985-06-3225-8

© Оформление. УП «Издательство
“Вышэйшая школа”», 2020

ВВЕДЕНИЕ

Реалии глобализирующегося социума, равно как и общие тенденции развития современного общества, требуют от научно-экспертного сообщества разработки эффективных механизмов реагирования на формирующиеся вызовы и угрозы в национальном медиапространстве. В настоящее время массовая информация не только выступает инструментом получения знаний о повседневности в национальном и мировом контексте, но и является эффективным средством манипулирования общественным мнением. Неупорядоченные потоки воспроизводства и распространения массовой информации, а также возрастающая популярность сетевых ресурсов формируют в своем содержании вызовы и угрозы стабильности социума.

Обусловленное современными тенденциями медиапотребления «клиповое сознание», выступающее в качестве формы адаптации к значительным объемам информации, распространяемой в сетевом пространстве, привело к снижению критического и аналитического усвоения информационного контента. В указанных контекстах средства массовой информации и социальные медиа перестали быть просто инструментом информирования личности о повседневности и происходящих в стране и в мире событиях. Информационные ресурсы в данном случае выступают в качестве акцентированной формы воздействия на конечные поведенческие реакции индивидов с последующим управлением общественным мнением и поведенческой реакцией в отношении конкретных событий и социальных фактов. При осуществлении воздействия на потребителей информации в ряде случаев используются технологии манипулирования массовым сознанием, в частности посредством воспроизводства и распространения Fake News. Как подчеркнул 11 февраля 2020 г. на совещании с руководителями ведущих государственных СМИ Президент Республики Беларусь А.Г. Лукашенко, «подтасованные факты, фейки, дипфейки, так называемая постправда, когда аудиторией умело манипулируют, намеренно уводя от действительно важных проблем, – эта и другая информационная отравка сродни химическому оружию»¹.

Формирование пространства «фейк-ньюс» выступает фактором потенциальной дестабилизации общества, поскольку наиболее

¹ Совещание с руководителями ведущих государственных СМИ [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/news_ru/view/soveschaniye-s-rukovoditeljami-veduschix-gosudarstvennyx-smi-23018/. – Дата доступа: 13.02.2020.

уязвимыми для негативного информационного воздействия в данном случае являются сознание и поведенческие установки личности. Рассматривая в качестве потенциальных рискогенных направлений информационную сферу, В.А. Арчаков, О.С. Макаров и А.Л. Баньковский подчеркивают, что «...распространение запрещенного, недостоверного, негативного контента в информационном пространстве отрицательно влияет на население, обуславливает риски девальвации жизнесберегающих ценностей и традиционных нравственных ориентиров, снижение темпов образовательного и духовного развития, размывание национальной идентичности, деградацию личности»².

Поскольку информационная сфера нередко рассматривается в качестве условной «благодатной почвы» и области распространения заведомо негативного информационного контента, необходимо концептуализировать данную категорию с позиций теоретико-методологического инструментария социологической науки. В нормативном контексте принятой 18 марта 2019 г. Концепции информационной безопасности Республики Беларусь предлагаются два понятия, которые в содержательных контекстах тождественны определению пространственного функционирования системы средств массовой информации как «информационной сферы» и «информационного пространства». В качестве информационной сферы понимается «совокупность информации, информационной структуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации, а также системы регулирования возникающих при этом общественных отношений»³. Это определение раскрывает структурно-субъектный состав информационной сферы без содержательной теоретической привязки непосредственно к потребителям информации. Данный аспект частично затрагивается в дефиниции «информационное пространство», которое представляет собой «область деятельности, связанную с созданием, преобразованием, передачей, использованием, хранением информации, оказывающую воздействие, в том числе на индивидуальное и общественное сознание и собственно информацию»⁴. Приведенная формулировка в

² Арчаков, В.А. Концепция информационной безопасности Республики Беларусь – взгляд в будущее / В.А. Арчаков, О.С. Макаров, А.Л. Баньковский // Беларуская думка. – 2019. – № 3. – С. 26.

³ О Концепции информационной безопасности [Электронный ресурс]: Постановление Совета Безопасности Республики Беларусь, 18 марта 2019 г., № 1 // Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://president.gov.by/uploads/documents/2019/1post.pdf>. – Дата доступа: 19.03.2019.

⁴ Там же.

своем эвристическом содержании учитывает в основном процессы воспроизводства массовой информации, при этом, на наш взгляд, недостаточно затронуты вопросы формирования медийных предпочтений как результата эффективности информационного воздействия.

Наиболее оптимальным теоретическим определением, которое, с одной стороны, в полной мере отражает содержание медийных предпочтений потребителей информации, с другой стороны, включает в себя формирующуюся в условиях цифровизации медиaprостранства новую структуру СМИ, является понятие «информационное поле». В указанных контекстах информационное поле понимается как сфера деятельности традиционных СМИ (газеты, радио, телевидение), интернет-ресурсов (новостные порталы, сайты) и средств сетевой виртуальной медиакommunikации, которая оказывает воздействие на сознание, поведенческие установки и ценностные ориентации индивидов и результатом которой выступает формирование приоритетов потребителями событийно-новостного контента относительно основных источников получения массовой информации в заданный временной отрезок⁵. Ключевым аспектом в формировании представленной дефиниции информационного поля выступают именно приоритеты аудитории в отношении источников воспроизводства массовой информации. Именно приоритеты аудитории определяют востребованность конкретных средств массовой информации и общую расстановку структурных сегментов (печатные СМИ, радио, телевидение, интернет-ресурсы, социальные медиа) информационного поля.

Определение тематических предпочтений белорусской аудитории СМИ, равно как и построение рейтинговых показателей востребованности информационных ресурсов, производится посредством применения инструментария социологической науки. Именно социология позволяет зафиксировать динамику изменения медийных предпочтений потребителей информации и сформировать аналитический прогноз в отношении дальнейшего развития информационной сферы. Информационное пространство в целом выступает в качестве междисциплинарного объекта исследовательского поиска. Особенности информационного воздействия на аудиторию в равной степени изучают также политологи, журналисты, философы, психологи и иные представители социогуманитарного знания.

⁵ Посталовский, А.В. Особенности социологической диагностики информационного поля Республики Беларусь / А.В. Посталовский, И.И. Бузовский, А.Н. Данилов, Д.Г. Ротман // Вестник РУДН. Серия: Социология. – 2018. – Т. 18, № 3. – С. 383–403.

Отличительным признаком социологического подхода к исследованию информационного поля выступает обращение непосредственно к самим потребителям информации. Если журналисты и филологи рассматривают особенности воспроизводства и распространения массовой информации, то социологи анализируют непосредственно результаты информационного воздействия, которые отражаются «в головах» потребителей информации. В данном случае социология позволяет обратиться к аудитории напрямую, определив при этом содержание структуры повседневного медиапотребления.

Социологические исследования особенностей функционирования национального информационного поля проводились сотрудниками Центра социологических и политических исследований БГУ в рамках научно-исследовательской работы, осуществляемой по заданию Министерства информации Республики Беларусь в период с 2003 по 2019 г. На протяжении ряда лет Министерство информации совместно с ЦСПИ БГУ реализовало следующие исследовательские проекты:

1) «Особенности функционирования информационного поля Республики Беларусь в современных условиях (социологический мониторинг)», 2003–2017 гг.;

2) «Разработать комплекс инновационных технологий оптимизации информационного воздействия социальных медиа на население Республики Беларусь» (№ государственной регистрации 20140797), 2014–2015 гг.;

3) «Разработать комплекс инновационных технологий по определению эффективности воздействия печатных и электронных СМИ на процессы формирования национальной и культурной идентичности и жизненных стратегий населения Республики Беларусь» (№ государственной регистрации 019/97-31), 2016–2017 гг.;

4) «Разработка комплекса технологий и инструментов оперативного реагирования на формирующиеся вызовы и угрозы в медиaprостранстве Республики Беларусь» (№ государственной регистрации 20181934), 2018–2019 гг.;

5) «Разработка комплекса научно-практических рекомендаций, направленных на формирование посредством СМИ поведенческих установок населения в период организации и проведения важнейших общественно-политических мероприятий в Республике Беларусь» (№ государственной регистрации 20192055), 2019 г.

В настоящей монографии представлены основные научно-практические результаты, полученные в рамках реализации исследовательских проектов Министерства информации Республики Бела-

русь и ЦСПИ БГУ. В работе отражена эмпирическая динамика изменения медиапредпочтений белорусской аудитории, раскрыто содержание подходов к осуществлению рейтинговых замеров средств массовой информации, приведены эмпирические показатели востребованности основных белорусских СМИ, сформулированы некоторые выводы о перспективах цифровой трансформации национального информационного поля. Представленное исследование выступает примером конструктивного сотрудничества органа государственного управления с исследовательской структурой, результатом которого является разработка аналитических материалов и научно обоснованных практических рекомендаций по оптимизации работы национальных СМИ.

Глава 1

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СФЕРЫ

1.1. Деятельность отрасли СМИ и печати в 2019 г.

В 2019 г. Министерством информации Республики Беларусь *продолжена работа по обеспечению государственных приоритетов в развитии национального информационного пространства.*

Эта работа осуществляется в тесном взаимодействии с Администрацией Президента Республики Беларусь, Правительством, заинтересованными органами госуправления.

Главные стратегические приоритеты в деятельности Министерства информации – эффективная реализация государственной информационной политики, обеспечение информационной безопасности Республики Беларусь, координация деятельности республиканских органов государственного управления, местных исполнительных и распорядительных органов, общественных и международных организаций, средств массовой информации, интернет-ресурсов.

Кроме того, в 2019 г. Министерством информации осуществлено активное информационное сопровождение электоральных процессов. Так, в соответствии с постановлением Центральной комиссии Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов от 24 сентября 2019 г. № 48, в целях оперативного представления средствам массовой информации, иностранным (международным) наблюдателям информации о выборах в Палату представителей Национального собрания Республики Беларусь седьмого созыва в здании ГУ «Дворец Республики» в период с 17 по 18 ноября 2019 г. работал Информационный центр ЦИК «Выборы-2019». Была осуществлена аккредитация 352 представителей белорусских СМИ, организованы пресс-конференции руководства ЦИК, миссий международных наблюдателей за выборами СНГ и ШОС.

Министерством информации также *ведется работа по совершенствованию законодательства в отрасли.*

С 1 декабря 2018 г. вступили в действие нормы Закона «О внесении дополнений и изменений в некоторые законы Республики Беларусь» (далее – Закон), и Министерство информации сегодня уже работает в условиях принятого и обновленного законодательства.

В частности, Законом установлен порядок выдачи разрешений на распространение продукции иностранных средств массовой информации. В соответствии с данным порядком по состоянию на 4 декабря 2019 г. разрешение на распространение получили 90 иностранных телепрограмм и около 40 печатных СМИ.

Кроме того, **целый ряд новаций, содержащихся в законопроекте, нацелен на регулирование правоотношений в интернет-пространстве.** Так, в частности, понятийный аппарат дополнен терминами «сетевое издание», «владелец интернет-ресурса», «интернет-ресурс», «мониторинг массовой информации».

К сетевым изданиям отнесены интернет-ресурсы, прошедшие процедуру государственной регистрации в порядке, установленном Законом. При этом интернет-ресурс, не прошедший государственную регистрацию в Министерстве информации, не обладает статусом средства массовой информации, а следовательно, его сотрудники не являются журналистами. Следует отметить, что государственная регистрация носит добровольный характер.

По состоянию на 4 декабря 2019 г. **зарегистрировано 20 сетевых изданий**⁶ (14 – государственных, 6 – негосударственных).

Впервые в Закон о СМИ включены нормы, закрепляющие правовой статус владельца интернет-ресурса.

В рамках действующего законодательства Министерством информации совместно с другими заинтересованными ведомствами в целях предотвращения распространения запрещенной информации **осуществляется постоянный мониторинг интернет-ресурсов.** Всего на 1 ноября 2019 г. приняты решения об ограничении доступа к 1613 информационным ресурсам и составным частям ресурсов. Из них на 694 ресурсах размещалась информация о реализации наркотических средств, на 450 – ненадлежащая реклама, на 448 – экстремистские материалы, на 15 – пропаганда порнографии, насилия и жестокости, на 3 – информация, которая может нанести вред национальным интересам, на 3 – табуированная лексика. К 18 ресурсам доступ возобновлен по заявлению владельцев.

В целях предотвращения распространения информации, направленной на пропаганду войны, насилия, жестокости,

⁶ Здесь и далее по тексту приведена статистическая информация о функционировании отрасли СМИ по состоянию на 1 и 4 декабря 2019 г.

экстремистской деятельности или содержащей призывы к такой деятельности, **созданы Республиканская и областные экспертные комиссии**, в состав которых вошли авторитетные эксперты в сфере философии, психологии, филологии, социологии, а также представители органов государственного управления, осуществляющих противодействие экстремизму.

С октября 2014 г. действует Республиканская экспертная комиссия по оценке информационной продукции на предмет наличия (отсутствия) в ней признаков проявления экстремизма, созданная при Министерстве информации Республики Беларусь. По состоянию на 1 октября 2019 г. проведены исследования 1900 образцов поступивших информационных материалов в целях определения наличия в них признаков проявления экстремизма. Из них в 591 образце установлено наличие признаков проявления экстремизма (разжигание расовой, национальной или религиозной вражды или розни, пропаганда исключительности, превосходства либо неполноценности граждан по признаку их отношения к расовой, национальной, религиозной принадлежности, пропаганда и публичное демонстрация нацистской символики или атрибутики и др.).

Печатные средства массовой информации

На 1 декабря 2019 г. в Республике Беларусь зарегистрировано **1615 печатных средств массовой информации** (724 газеты, 850 журналов, 31 бюллетень, 8 каталогов, 2 альманаха), из них – 434 государственных и 1181 негосударственных. Зарегистрировано также **9 информационных агентств** – 2 государственных и 7 негосударственных. Печатные средства массовой информации издаются преимущественно на белорусском и русском языках, выходят издания на английском, немецком, французском, польском и других языках.

Негосударственные СМИ в количественном отношении значительно превышают государственные. Вместе с тем следует отметить, что в сегменте массово-политических СМИ доминирует государственная пресса: общий разовый тираж ведущих республиканских массово-политических газет составляет около 500 тыс. экземпляров, государственной региональной прессы – свыше 720 тыс. экземпляров.

В Республике Беларусь издается 136 государственных региональных печатных СМИ, учредителями которых выступают областные, городские и районные исполнительные комитеты. Всего в стране насчитывается 117 районных, 9 областных и 10 городских газет.

Кроме того, по состоянию на 4 декабря 2019 г. выдано **1636 разрешений на распространение иностранных печатных СМИ**, из них 1105 разрешений выдано российским газетам и журналам, 414 – украинским, 46 – изданиям США, 21 – Великобритании, 22 – Казахстана, 11 – Германии, 3 – Франции, 3 – Италии, 3 – Нидерландов, 3 – Литвы, 3 – Польши, 1 – Латвии, 1 – Финляндии.

Рынок печатных СМИ в Республике Беларусь характеризуется высокой насыщенностью и конкурентностью, что обуславливает необходимость эффективного развития национальных изданий в рамках реализации государственной информационной политики.

Оправдала себя практика создания объединенных медиаструктур. Крупнейшей структурой является учреждение Администрации Президента Республики Беларусь **«Издательский дом “Беларусь сегодня”»**, в состав которого входят газеты «СБ. Беларусь сегодня», «Рэспубліка», «Народная газета», «Сельская газета», «Знамя юности», «TheMinskTimes», «Союз. Беларусь-Россия», «Союзное вече», «Вести потребкооперации», журналы «Belarus. Беларусь», «Журнал специального назначения», а также FM-радио «Альфа-радио». Кроме того, на интернет-портале учреждения «SB.BY» создан и реализуется проект – интернет-телевидение «Твое сегодня», число просмотров материалов которого на Youtub превысило 1 млн.

Второй из объединенных медиаструктур является редакционно-издательское учреждение **«Издательский дом “Звезда”»**, осуществляющее выпуск газет «Звезда», «Чырвоная. Чырвоная змена», «Союз Евразия», «Голас Радзімы», «Мясцовае самакіраванне», «Літаратура і мастацтва», журналов «Алеся», «Маладосць», «Полымя», «Нёман», «Родная прырода», «Вожык». В рамках портала РИУ «Издательский дом “Звезда”» реализуются тематические интернет-проекты: «Созвучие» (совместно с ведущими литературно-художественными СМИ стран СНГ), «Адкрыты Беларусь» (культурно-туристический), «Бібліятэка “Звядзды”», «Весткі з Кітая». В свою очередь, в КНР при поддержке газеты «Звезда» на русскоязычном сайте газеты «Жэньминь-жибао» выходит рубрика «Весткі з Беларусі».

Следует отметить, что подобные **укрупненные медиаструктуры созданы также на базе областных государственных СМИ**. Так, в Витебской области это редакция новой областной газеты «Витебские вести», созданная на базе редакций областных газет «Віцебскі рабочы» и «Народнае слова», в Могилевской области – информационное агентство «Могилевские ведомости», созданное на базе редакций областных газет «Могилевские ведомости» и «Могилевская правда». Структура выпускает три областных издания – общественно-

политические газеты «Могилевские ведомости», «Могилевская правда» и информационно-рекламную газету «Днепровская неделя», которая ранее являлась приложением «Могилевской правды». С 1 января 2017 г. брестская областная газета «Народная трибуна» вошла в состав областной газеты «Заря» и выходит в качестве вкладыша.

Унитарное предприятие «Агентство “Минск-Новости” издает газеты «Вечерний Минск» и «Минский курьер», журнал для детей и подростков «Качели», учредителем которых является Минский горисполком.

Ведется работа по укреплению финансово-экономического положения редакций газет и журналов, получающих государственную поддержку через Министерство информации, повышению уровня окупаемости выпускаемых ими печатных СМИ.

В целом по республике отмечается достаточно высокий уровень содержательного наполнения, тематических направлений, верстки и дизайна государственных печатных СМИ. Однако у ряда государственных изданий, учредителями которых выступают районные исполнительные комитеты, несмотря на заметную положительную динамику, все еще сохраняются проблемы низкого качества и в части контента, и в части оформления. Кроме того, обращает на себя внимание недостаточная аналитическая составляющая местной прессы. Направление работы по преодолению негативных характеристик является одним из ключевых, особенно с учетом перемещения новостного контента в Интернет.

В целях наибольшего охвата аудитории **важнейшей задачей государственных печатных СМИ остается развитие мультимедийной составляющей деятельности**. Приоритетное направление работы – активное внедрение конвергенции, распространение контента по максимально возможным каналам информации, интеграция различных медиаплатформ СМИ (печатных, интернет-, мобильных версий, аудиовизуальных ресурсов), изучение и внедрение путей «монетизации» контента.

Распространение печатных изданий

Значимым сегментом рынка распространения печатных изданий является система организаций «Белсоюзпечать», в торговую сеть которых входит около 1,5 тыс. торговых объектов, в том числе павильоны и магазины.

В целях эффективной реализации государственной информационной политики в части деятельности государственной системы

распространения печати, оптимизации системы государственных организаций «Союзпечать» и ее развития в условиях конкурентного рынка 1 ноября 2018 г. **произошло объединение пяти крупных торговых сетей белорусской системы «Союзпечать» в единое предприятие – РУП «Белсоюзпечать»** с головным офисом в г. Минске. Присоединенные организации получили статусы филиалов: РУП «Брестоблсоюзпечать» – Брестский филиал РУП «Белсоюзпечать», РУП «Витебскоблсоюзпечать» – Витебский филиал РУП «Белсоюзпечать», РУП «Гомельоблсоюзпечать» – Гомельский филиал РУП «Белсоюзпечать», РУП «Гроднооблсоюзпечать» – Гродненский филиал РУП «Белсоюзпечать». Как отдельное предприятие работает ОАО «Могилевсоюзпечать».

Сеть «Белсоюзпечать» по распространению печатных изданий укрупнилась и составляет, как уже отмечалось, около 1,5 тыс. торговых объектов. Теперь это одна из самых масштабных сетей в белорусском ритейле по распространению печатных СМИ в розничной торговле. В скором времени во всех киосках, магазинах и павильонах объединенного предприятия начнут действовать новые единые корпоративные стандарты: от правил по обслуживанию посетителей до формирования товарного ассортимента. Единые стандарты, в свою очередь, выведут сервис на качественно новый уровень. Именно этого ждут от системы «Белсоюзпечать» покупатели. Объединение предприятий предполагает также единую логистическую систему, общую маркетинговую стратегию, одинаковую ценовую политику и множество других экономических плюсов.

Электронные средства массовой информации

По состоянию на 1 декабря 2019 г. в Республике Беларусь зарегистрировано **273 телерадиовещательных СМИ** – 191 государственное (147 радиопрограмм и 44 телепрограммы) и 82 негосударственных (27 радиопрограмм и 55 телепрограмм). Кроме того, в кабельных сетях республики распространяется более 260 иностранных телепрограмм, большинство из которых – российские.

Телевещание

На 1 декабря 2019 г. в Беларуси осуществляют деятельность **99 телевещательных СМИ**, в их числе – девять государственных республиканских телеканалов, телеканал «Мир» Национального

представительства Межгосударственной телерадиокомпании «Мир». Осуществляет также вещание телеканал «БелРос» Телерадиовещательной организации Союзного государства.

Учредителем шести республиканских телеканалов («Беларусь 1», «Беларусь 2», «Беларусь 3», «Беларусь 5», «Беларусь 24» и «НТВ-Беларусь») является Национальная государственная телерадиокомпания Республики Беларусь (далее – Белтелерадиокомпания), телеканала ОНТ – ЗАО «Второй национальный телеканал», телеканалов СТБ и «РТР-Беларусь» – ЗАО «Столичное телевидение».

Национальное телевидение осуществляется посредством использования различных вещательных платформ и сред (наземное цифровое эфирное, спутниковое, кабельное, IP- и OTT-телевидение, вещание посредством сотовой подвижной электросвязи).

В настоящее время все республиканские телеканалы осуществляют вещание в формате высокой четкости HD.

Национальные телеканалы обеспечивают сегодня весь тематический спектр телевидения – политический, познавательный, развлекательный, спортивный и другие, охватывая при этом 100% населения страны. Важной социальной гарантией является законодательно закрепленное обязательное доведение до населения общедоступного пакета телепрограмм всеми операторами электросвязи и поставщиками услуг электросвязи.

Приоритетной задачей телекомпаний в настоящее время является улучшение качества контента, создание конкурентоспособных телепередач и увеличение доли телепрограмм собственного производства, прежде всего информационной и общественно-политической, социальной тематики, программ для детской и молодежной аудиторий. Также актуальна задача диверсификации закупаемого зарубежного телеконтента.

Большое внимание уделяется вопросам социальной тематики, в частности созданию адаптированного телевизионного продукта для лиц с нарушениями слуха, специальных проектов, направленных на социальную интеграцию в общество людей с ограниченными возможностями. При этом телекомпании активно взаимодействуют с общественными объединениями инвалидов.

В целях расширения информационного присутствия Республики Беларусь за рубежом, популяризации и укрепления ее положительного имиджа **продолжена работа по продвижению международного спутникового телеканала «Беларусь 24»** в странах ближнего и дальнего зарубежья. При этом наибольшее внимание уделяется государствам, где широко представлено русскоязычное население: Литве, Латвии, Эстонии, Польше, Чехии, Германии.

С учетом развития новых технологий распространения телевизионного сигнала налажено сотрудничество с компаниями, предоставляющими услуги по технологиям IPTV, OTT и трансляции телеканалов в мобильных приложениях, вышедших на первый план по популярности в странах Европы.

Кроме того, организован прямой эфир телеканала на сайте www.belarus24.by. Улучшен контент канала для зарубежной аудитории: в настоящее время выходят в эфир программы на английском языке (два англоязычных выпуска в день проекта «90 секунд»).

Большое внимание уделяется вопросу популяризации белорусского языка в эфире телеканала «Беларусь 3», 75 % контента которого на сегодняшний день составляют белорусскоязычные программы.

Региональное телевидение

По состоянию на 1 декабря 2019 г. в Министерстве информации Республики Беларусь зарегистрировано 76 региональных телепрограмм (31 – государственной и 45 – негосударственной формы собственности).

Все региональные телекомпании работают в тесной взаимосвязи с местными исполнительными и распорядительными органами власти, в том числе и в вопросах создания актуальных для регионов телепрограмм. Информационная составляющая региональных теле- и радиопрограмм базируется на материалах таких источников, как БелТА, сообщениях пресс-служб Совета Министров Республики Беларусь, Министерства иностранных дел Республики Беларусь, МВД, МЧС, КГК, Национального правового интернет-портала, портала Союзного государства, местных государственных органов, республиканских СМИ и т.д. Особое внимание уделяется освещению региональных событий, деятельности местной власти, заседаний горрайисполкомов и сессий горрайсоветов депутатов, вопросов культуры и истории региона, жизни и работы его жителей.

Крупнейшими региональными телерадиокомпаниями являются областные радиотелецентры «Телерадиокомпания “Брест”», «Телерадиокомпания “Витебск”», «Телерадиокомпания “Гомель”», «Телерадиокомпания “Гродно”», «Телерадиокомпания “Могилев”». Следует отметить, что использование областными радиотелецентрами на договорной основе информационных и аналитических проектов Белтелерадиокомпании дает возможность полноценно освещать деятельность Главы государства, Правительства, другие события республиканского и международного масштаба.

На базе Белтелерадиокомпании создан и активно развивается новый региональный телеканал – это канал с единой сеткой вещания,

который выступает платформой для всех областей страны под общим названием «Беларусь 4» и выходит в каждой из них с указанием данного региона: «Беларусь 4. Могилев», «Беларусь 4. Гомель», «Беларусь 4. Витебск», «Беларусь 4. Гродно» и «Беларусь 4. Брест». Кроме того, в состав областных телерадиокомпаний входят областные радиостанции. Телевизионные и радиоконтенты представлены в первую очередь программами собственного производства. Данный телеканал входит в региональный пакет интерактивного телевидения «ZALA» РУП «Белтелеком».

Радиовещание

По состоянию на 1 декабря 2019 г. в Государственном реестре распространителей продукции телевизионных и (или) радиовещательных средств массовой информации зарегистрировано 174 радиопрограммы.

Лидирующие позиции по количеству медиаресурсов, охвату населения собственным радиовещанием продолжает занимать Белорусское радио. В него входят «Первый национальный канал» и канал «Культура», радиостанции «Радиус-FM», «Столица», а также международная радиостанция «Беларусь».

Прошел успешный ребрендинг радиопрограммы «Радио ОНТ», в результате чего радиопрограмма стала вещать под названием «Центр-FM».

Редакциями радиопрограмм для распространения контента широко используются современные и удобные для слушателей способы доставки программ и информационные платформы. В последние годы наблюдается рост присутствия радиопрограмм в сети Интернет, социальных сетях, активно развивается онлайн-вещание. На интернет-площадках публикуются фото-, аудио- и текстовые материалы, анонсы событий и программ.

Полиграфическая отрасль

По состоянию на 1 декабря 2019 г. полиграфическую деятельность по выпуску периодических средств массовой информации осуществляют 138 субъектов хозяйствования различных форм собственности.

За 9 месяцев 2019 г. выдана 1 новая лицензия на право осуществления полиграфической деятельности.

В Государственный реестр издателей, изготовителей и распространителей печатных изданий (ГРИИРПИ) включено 186 изготовителей печатных изданий.

Полиграфическими организациями, входящими в состав Министерства информации Республики Беларусь, за январь–сентябрь 2019 г. выпущено 396,5 млн краскооттисков печатной продукции (105 % по сравнению с аналогичным периодом 2018 г.).

Структура выпуска печатной продукции предприятиями Министерства информации следующая: 59,3 % – книжно-журнальная, 20,5 % – упаковочная, 0,4 % – бланки строгой отчетности, 19,8 % – прочая печатная продукция.

Для полиграфических предприятий Министерства информации приоритетной задачей остается дальнейшая работа по насыщению отечественного рынка школьно-письменными, бумажно-беловыми и импортозамещающими товарами.

Книгоиздание и распространение печатной продукции

В ГРИИРПИ в качестве издателей зарегистрировано 522 субъекта хозяйствования, в качестве распространителей – 1828 субъектов.

Всего в республике за 9 месяцев 2019 г. издано 6581 наименование книг и брошюр общим тиражом 18,7 млн экземпляров.

Государственными издательствами системы Министерства информации («Беларусь», «Белорусская Энциклопедия им. П. Бровки», «Вышэйшая школа», «Мастацкая літаратура», «Народная асвета», РИУ «Издательский дом “Звезда”») за 9 месяцев 2019 г. выпущено 335 наименований тиражом 2,0 млн экземпляров (аналогичный период прошлого года – 279 наименований тиражом 1,73 млн экземпляров).

В общем объеме выпущенной в республике продукции выпуск книг и брошюр государственными издательствами составил по названиям 5,0 %, по тиражу – 10,5 %.

На белорусском языке за 9 месяцев 2019 г. в республике издано 881 наименование книг и брошюр тиражом 2,8 млн экземпляров.

Удельный вес изданий на белорусском языке в общем объеме выпущенной в республике за этот период продукции составил по названиям 13,4 %, по тиражу – 14,9 %.

В соответствии с утвержденным планом выпуска социально значимых изданий государственными издательствами за 9 месяцев 2019 г. выпущено 85 субсидируемых социально значимых изданий (из 132 запланированных) тиражом 170 437 экземпляров. На их выпуск из средств республиканского бюджета выделено 1 488 100 руб.

В серии «Школьная библиотека», полностью финансируемой государством, по состоянию на 1 октября 2019 г. издано 6 книг.

Для безвозмездной поставки в публичные библиотеки выпущено 18 наименований книг современных белорусских писателей из 20 запланированных.

В республиканском бюджете на 2019 г. было предусмотрено выделение средств Министерству информации на проведение нескольких мероприятий в рамках государственных программ в сфере книгоиздания.

В соответствии с подпрограммой «Безбарьерная среда жизнедеятельности инвалидов и физически ослабленных лиц» Государственной программы о социальной защите и содействии занятости населения на 2016–2020 гг. выделены средства на издание книг серии «Школьная библиотека» шрифтом Брайля для детей – инвалидов по зрению в размере 122,5 тыс. руб. (до конца 2019 г. осуществлен выпуск 21 книги).

Подпрограммой «Белорусы в мире» Государственной программы «Культура Беларуси» на 2016–2020 гг. предусмотрены финансовые средства на поддержку (комплектование) общественных библиотек белорусской литературы, действующих при организациях белорусской диаспоры, в размере 40,8 тыс. руб., на подготовку и издание книг, посвященных белорусской диаспоре, – 84,6 тыс. руб.

Система книгораспространения Министерства информации Республики Беларусь насчитывает 107 объектов книжной торговли, из них 101 входит в состав ОАО «Белкнига», 4 – в состав ОАО «Могилевсоюзпечать», 2 – в состав ОАО «Полиграфкомбинат им. Я. Коласа».

ОАО «Белкнига» динамично развивается. В 2019 г. открыты новые магазины в Слониме («Сонет»), Могилеве («Букинист»), Витебске «Книжная зорка». После масштабной реконструкции открылись книжные магазины «Светоч» и «Эрудит» (г. Минск)

Приоритетными задачами книготоргового предприятия в 2019 г. являлись обеспечение рентабельного уровня работы, укрепление материально-технической базы, развитие торговли через интернет-магазин, расширение спектра предоставляемых услуг.

В 2019 г. современная белорусская книга была широко представлена на международных книжных выставках-ярмарках в России, Польше, Китае, Латвии, Литве, Германии, Украине, Туркменистане.

1.2. Концепт понятия «информационное поле» в теоретической социологии

Тенденции научно-технического прогресса и общие процессы активного внедрения информационно-коммуникативных технологий в повседневную жизнь человека привели к ощутимым измене-

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.	3
Глава 1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СФЕРЫ.	8
1.1. Деятельность отрасли СМИ и печати в 2019 г.	8
1.2. Концепт понятия «информационное поле» в теоретической социологии.	18
Глава 2. ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИЗМЕРЕНИИ.	32
2.1. Методологические подходы к социологическому исследованию информационного поля.	32
2.2. Рейтинговые замеры в социологии СМИ.	45
2.3. Информационное поле Республики Беларусь в современных условиях.	50
Глава 3. НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ.	66
3.1. Динамика информационного поля в социологическом измерении.	66
3.2. Информационная составляющая в структуре общественных процессов.	98
3.3. Инвариантные сценарии трансформации информационного поля.	111
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.	128

Особенности трансформации информационного поля
О-75 Республики Беларусь в современных условиях : социологический анализ : монография / И. И. Бузовский [и др.]. – Минск : Вышэйшая школа, 2020. – 134 с. : ил.
ISBN 978-985-06-3225-8.

Монографическое исследование посвящено анализу трансформации национального информационного поля в период с 2003 по 2019 г. На основе многолетних эмпирических мониторинговых исследований (2003–2019 гг.) информационного поля Республики Беларусь, проводимых ЦСПИ БГУ по заданию Министерства информации Республики Беларусь, выделяются основные структурно-содержательные особенности функционирования национальной медиасреды, отражаются актуальные («трендовые») процессы сферы СМИ и предлагаются инвариантные пути развития средств массовой информации в среднесрочной перспективе.

Адресуется социологам, политологам, журналистам, практикам государственного управления и всем интересующимся современными тенденциями цифровизации медиапространства, развития средств массовой информации и социальных медиа.

УДК 316.774(476)
ББК 60.56(4Бел)

Научное издание

Бузовский Игорь Иванович
Карлюкевич Александр Николаевич
Посталовский Александр Владимирович
Ротман Давид Генрихович

**ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ
ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Монография

Редактор *Л.Н. Макейчик*
Художественный редактор *В.В. Рута*
Технический редактор *Н.А. Лебедевич*
Компьютерная верстка *Н.В. Шабуни*
Корректоры *Л.Н. Макейчик, Т.В. Кульнис*

Подписано в печать 29.05.2020. Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 8,5. Уч.-изд. л. 8,5. Тираж 500 экз. Заказ 179.

Республиканское унитарное предприятие «Издательство “Вышэйшая школа”».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/3 от 08.07.2013.

Пр. Победителей, 11, 220004, Минск.
e-mail: market@vshph.com <http://vshph.com>

Республиканское унитарное предприятие
«Издательский центр Белорусского государственного университета».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 2/63 от 19.03.2014.
Ул. Красноармейская, 6, 220030, Минск.