

# «ЗАПАТРАБАВАНАСЦЬ ТРАДЫЦЫЙНЫХ МЕДЫЯ ЗАХАВАЕЦА ЯШЧЭ НА ДОЎГІЯ ГАДЫ»

Да такога выніку прыйшлі сацыёлагі Нацыянальнай акадэміі навук

Якую ролю выконвае інфармацыя ў жыцці сучаснага грамадства? Што цікавіць людзей 20-х гадоў XXI стагоддзя? Дзе яны шукаюць адказы на свае пытанні, каму давяраюць? Пра гэта, а таксама пра іншыя вынікі сваіх даследаванняў расказалі вучоныя Інстытута сацыялогіі НАН Беларусі на круглым сталё ў Доме прэсы. Нагодай для размовы стала прэзентацыя новага выдання Інстытута сацыялогіі «Аўдыторныя даследаванні ў сучасным інфармацыйным грамадстве».

## ГАЗЕТА АБО САЙТ? ЖУРНАЛІСТ ЦІ БЛОГЕР?

— Медыяпрастора, у цэлым сродкі масавай інфармацыі — гэта складаная міждысцыплінарная сфера навуковага пазнання, — звярнуў увагу **намеснік дырэктара па навуковай рабоце Інстытута сацыялогіі НАН Беларусі, кандыдат сацыялагічных навук, дацэнт Аляксандр Пасталоўскі**. — СМІ, аспекты ўзнаўлення інфармацыйнага кантэнту з'яўляюцца аб'ектам даследчай цікавасці журналістаў, палітолагаў, філосафаў, псіхологаў і прадстаўнікоў іншых прадметных навуковых галін. Сацыёлагі працуюць непасрэдна з грамадскім меркаваннем. Гэта такая форма масай свядомасці, якая мае на ўвазе фарміраванне пэўных суб'ектыўных адносін індывіда да падзей, якія адбываюцца ў краіне і свеце. Сацыялогія накіравана на вывучэнне аўдыторыі (спажываўцоў інфармацыі). Яна дазваляе выявіць тэматычныя перавагі аўдыторыі, фарміруе рэйтынгавыя паказчыкі запатрабаванасці інфармацыйнага кантэнту і робіць магчымай пабудову прагнознай медыйнай аналітыкі і медыйных трэндаў адносна развіцця інфармацыйнай прасторы.

Інстытут сацыялогіі НАН плённа супрацоўнічае з Міністэрствам інфармацыі. У рамках гэтага супрацоўніцтва інстытутам у 2023 годзе былі рэалізаваны два праекты: «Распрацоўка рэкамендацый па ўдасканаленні работы нацыянальных СМІ на падставе ацэнкі трансфармацыі фактараў і ўмоў павышэння даверу да іх» і «Эмпірычныя паказчыкі запатрабаванасці газет сярод насельніцтва Рэспублікі Беларусь». Сёлета праводзілася тэлефоннае апытанне «Меркаванне насельніцтва аб сродках масавай інфармацыі».

Сацыёлаг назваў пяць тэндэнцый у інфармацыйным полі Беларусі. Адна з іх мае назву медыяканвергенцыя. Гэта ўмоўнае сціранне меж паміж традыцыйнымі і новымі крыніцамі інфармацыі, калі, напрыклад, газета мае сайт, прадстаўлена ў сацыяльных сетках і месенджарах. Альбо калі цяжка зразумець, хто выступае актарам узнаўлення масавай інфармацыі, трансліруе і фактычна яе распаўсюджвае: прафесійны журналіст,

лідар меркаванняў, блогер альбо проста сеткавы актывіст. Чатыры іншыя тэндэнцыі развіцця медыяпрасторы — лічбавізацыя, аўтарская журналістыка, пашырэнне крыніц узнаўлення інфармацыйнага кантэнту і павышэнне даверу да СМІ.

Гаворачы аб аўтарскай журналістыцы, намеснік дырэктара інстытута адзначыў, што ў Беларусі на працягу апошніх чатырох гадоў сфарміраваўся пул вельмі цікавых экспертаў, журналістаў, якія актыўна ўваходзяць у інфармацыйную прастору, фарміруюць розныя інфармацыйныя трэнды, карыстаюцца папулярнасцю. На любым тэлеканале або грунтоўным сеткавым рэсурсе ёсць аўтары, якія прыцягваюць сваю ўстойлівую аўдыторыю, свайго гледача альбо чытача.

## КАМУ ДАВЯРАЕМ?

Асобна сацыёлаг спыніўся на такой тэндэнцыі, як павышэнне даверу да сродкаў масавай інфармацыі, у прыватнасці дзяржаўных.

— Давер — гэта сацыяльна-псіхалагічная перакананасць аўдыторыі ў дакладнасці інфармацыйнага кантэнту, форма сацыяльнага адабрэння. Калі ў 2021 годзе па выніках нашых даследаванняў паказчыкі даверу да дзяржаўных сродкаў масавай інфармацыі складалі каля 38 працэнтаў, то летась гэта ўжо звыш 54 працэнтаў. Мы фіксуем павелічэнне даверу да дзяржаўных СМІ, яны становяцца больш вядомымі, папулярнымі і запатрабаванымі, упэўнена набіраюць сваю аўдыторыю. Як абсалютна правільна сказаў кіраўнік нашай дзяржавы Аляксандр Рыгоравіч Лукашэнка, у эпоху інфармацыйнай турбулентнасці самай галоўнай зброяй сучаснай журналістыкі з'яўляецца праўда. Менавіта ўменне даносіць праўду пра актуальныя падзеі ў краіне і свеце, уменне распаўсюджваць яе стала прычынай таго, што аўдыторыя — гледачы, чытачы, карыстальнікі інтэрнэту — паварочваецца ў бок дзяржаўных СМІ, — заявіў Аляксандр Пасталоўскі.

За апошні год вырас узровень даверу да грамадска-палітычных перадач на нацыянальным тэлебачанні. Пры гэтым доля людзей, якія давяраюць недзяржаўным СМІ, змяняецца. Калі ў 2021 годзе гэта было 12,4 працэнта, то ў 2023-м — 3,5 працэнта.



## МЕСЕНДЖАРЫ VS САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ

Новыя медыя (сайты, парталы навін, сацыяльныя сеткі і месенджары) сумарна пачынаюць заваўваць больш пераваг сярод усяго насельніцтва Беларусі, канстатаваў **загадчык Цэнтра аператыўных даследаванняў Інстытута сацыялогіі НАН Беларусі, кандыдат сацыялагічных навук, дацэнт Аляксандр Бельскі**. Пакуль найбольш распаўсюджанай крыніцай інфармацыі на сацыяльна-палітычную тэматыку застаецца тэлебачанне, але сайты



і парталы з навінамі ўжо амаль зраўняліся з ім па папулярнасці. Разам з тым традыцыйныя медыя адаптуюцца да новай рэальнасці — ствараюць аналагі на пляцоўцы сеткі інтэрнэт. Значная частка рэспандэнтаў (амаль 30 працэнтаў) глядзяць менавіта аналагі тэлебачання, а вось электронныя версіі газет чытаюць толькі 11,5 працэнта апытаных, аналагі радыёперадач толькі 9 працэнтаў. Амаль палова апытаных ніколі не чытаюць газеты ў электронным варыянце, што сведчыць: друкаваная прэса застаецца запатрабаванай.

Запатрабаванасць традыцыйных медыя ў іх рэальным варыянце, класічным і звыклым, захавалася яшчэ на доўгія гады, упэўнены Аляксандр Бельскі. Разам з тым, пры адказе на пытан-

не аб асноўных крыніцах інфармацыі (калі маецца на ўвазе ўся палітра медыя), прэса (2,9 %) са значным адрывам адстае ад інтэрнэт-рэсурсаў (65,4 %) і тэлебачання (67,2 %), а таксама ад сацыяльных сетак (5,8 %).

«Калі мы кажам пра давер — якому сегменту інфармацыйнай прасторы больш давяраюць беларусы, то тэлебачанне выразна вылучаецца, — падкрэсліў вучоны. — Што датычыцца частаты, то інтэрнэтам рэспандэнты карыстаюцца часцей (штодня), а вось газеты чытаюць раз альбо некалькі разоў на тыдзень, у залежнасці ад перыядычнасці выдання».

Датычна сацыяльных сетак, 33 % рэспандэнтаў выкарыстоўваюць Instagram, 25 % — YouTube, столькі ж — «Одноклассники», 22 % — «ВКонтакте», 14,5 % — TikTok, 6 % — Facebook, менш за адзін працэнт — X (Twitter). Не карыстаюцца сацсеткамі каля 22 % апытаных.

«Звычайна лічаць, што ўсе сыходзяць у ТікТок. Аднак у Беларусі ён хоць і ўваходзіць у пяцёрку найбольш запатрабаваных, але ніколі не займаў першае месца, — заўважыў сацыёлаг. — У моладзі папулярнасцю карыстаецца «ВКонтакте», у больш старэйшай аўдыторыі — «Одноклассники».

Сярод месенджараў традыцыйна лідзіруе Viber (70,4 %), на другім месцы — Telegram (33,5 %), на трэцім — WhatsApp (27,7 %),

менш за пяць працэнтаў рэспандэнтаў выкарыстоўваюць Skype, каля аднаго працэнта — Facebook Messenger. Не выкарыстоўваюць месенджары 12,4 % беларусаў.

## ЯК ПРАВODЗЯЦА АПЫТАННІ?

У Беларусі каля 100 працэнтаў моладзі і пераважная большасць насельніцтва ў цэлым штодня карыстаюцца інтэрнэтам, паведаміў **намеснік дырэктара па навуковай і інавацыйнай рабоце Інстытута сацыялогіі НАН Беларусі, кандыдат сацыялагічных навук, дацэнт Мікалай Сухоцкі**. Таму будучыня — за лічбавай сацыялогіяй. Яе выкарыстоўваюць не толькі сацыёлагі, але і бізнес, дзяржаўна-нізацыі, журналісты, студэнты і працоўныя калектывы. А вось метадалагічную базу і навуковае забеспячэнне ствараюць сацыёлагі, і Інстытут сацыялогіі НАН Беларусі імкнецца ў гэтым займаць лідарскія пазіцыі. Пакуль што лічбавая сацыялогія займае другое месца пасля тэлефонных апытанняў месца ў спісе пераваг рэспандэнтаў, але тэндэнцыя імклівага росту яе папулярнасці не выклікае сумненняў.

«Відавочна, што сацыёлагі ўсё больш і больш будуць заходзіць на тэрыторыю «лічбы», у фармат дыстанцыйных зносін, бо ёсць на гэта запыт, — адзначыў Мікалай Сухоцкі. Лічбавая сацыялогія — новы для сусветнай і беларускай навукі міждысцыплінарны кірунак навукова-практычнай дзейнасці, які абапіраецца на гісторыю вывучэння інтэрнэту, інфармацыі і камунікацыі, тэорыю медыя і культурную даследаванні, сацыялогію навукі і тэхналогіі, маніторынгавыя даследаванні і камп'ютарную навуку».

Разам з тым класічныя метады апытання не знікнуць, упэўнены вучоны. Яны неабходны для таго, каб

можна было параўноўваць даныя розных гадоў, у тым ліку «далічбавай» эпохі.

## АДКАЗВАЮЦЬ САЦЫЁЛАГІ

Інстытут сацыялогіі з'яўляецца структурным падраздзяленнем Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі і вывучае грамадскае меркаванне па самых розных тэмах. Па вывучэнні медыяпрасторы ў інстытуце сфарміравалася ўстойлівая навуковая школа, прызнанне якой расце, заўважыў намеснік дырэктара па навуковай рабоце Аляксандр Пасталоўскі. Ён вылучыў шэсць кірункаў, па якіх працуюць вучоныя інстытута ў гэтай сферы: сацыялагічная дыягностыка медыяпрасторы; вывучэнне тэматычных пераваг аўдыторыі; аналіз практык выкарыстання новых медыя; медыявымярэнне аўдыявізуальных СМІ; лічбавая сацыялогія; медыяадукаванасць насельніцтва.

Акумуляцыйны навуковы намагаюцца інстытута стаў зборнік «Аўдыторныя даследаванні ў сучасным інфармацыйным грамадстве». «Мы такім чынам замацоўваем гэты кірунак у навуковым плане, ён з'яўляецца ў Інстытуце сацыялогіі адным з асноўных, — патлумачыў **Аляксандр Пасталоўскі**, які з'яўляецца **галоўным рэдактарам выдання**. — У структуру дадзенай навуковай манаграфіі ўваходзіць дзевяць артыкулаў, напісаных як маладымі вучонымі, так і ўжо вядомымі аўтарамі».

Зборнік «Аўдыторныя даследаванні ў сучасным інфармацыйным грамадстве» носіць тэарэтыка-метадалагічны характар, ён прысвечаны метадыкам, таму, як неабходна даследаваць медыяпрасторы, і тэндэнцыям, якія сфарміраваны.

«Мы на гэтым не спыняемся, — дадаў Аляксандр Пасталоўскі. — У цяперашні час ужо скончана фарміраванне другога зборніка аўдыторных даследаванняў, які выйдзе ўжо ў наступным годзе. Асноўны навуковы кірунак — сацыяльна-дэмаграфічныя паказчыкі нашай аўдыторыі, гэта значыць, якія дэмаграфічныя асаблівасці ёсць сярод спажываўцоў масавай інфармацыі».

Новае выданне Інстытута сацыялогіі, нягледзячы на тое, што толькі выйшла з друку, ужо запатрабаванае, падкрэсліў Аляксандр Бельскі, адзін з аўтараў. «Да нас прыходзяць запыты з профільных кафедраў, ад прадстаўнікоў медыясферы, думаю, што манаграфія будзе цікавай і ў цэлым для насельніцтва краіны, бо напісана нескладанай мовай і знойдзе свайго чытача як сярод студэнтаў, так і сярод простых грамадзян. Кнігу можна набыць у крамах «Акадэмікі», — дадаў ён.

**Вольга МЯДЗВЕДЗЕВА.**