

АНАЛИЗ ПОПУЛЯРНОСТИ ДЕТСКИХ ГАЗЕТ И ЖУРНАЛОВ В УСЛОВИЯХ МЕДИАТИЗАЦИИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

С. В. ХАРИТОНОВА¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Очерчиваются количественно-качественные тенденции развития белорусских детских печатных средств массовой информации в условиях широкого распространения интернета, дигитализации медиасферы, медиаконвергенции, возникновения цифровой медиааудитории и медиатизации общества. Выявляется проблема невысокой востребованности традиционных форм и каналов распространения массовой информации, предназначенной для детской аудитории. Устанавливаются тенденции в информационных и медийных предпочтениях детей в Беларуси. На основе результатов анкетного опроса респондентов возрастных групп 4–6, 7–10, 11–14 и 15–17 лет определяются уровень популярности печатных периодических изданий у современной детской медиааудитории, факторы и мотивы, влияющие на выбор газет и журналов, а также наиболее распространенные источники и каналы информации. Обосновывается необходимость поиска новых редакционных подходов к трансляции информации в печатных версиях изданий и онлайн-среде, способных привлечь и удержать потенциальную детскую медиааудиторию Беларуси.

Ключевые слова: газеты и журналы для детей; медиапредпочтения; медиатизация; цифровая медиааудитория; популярность традиционных средств массовой информации.

Благодарность. Исследование выполнено при поддержке гранта Президента Республики Беларусь в сфере науки № 45рп от 1 марта 2022 г.

ANALYSIS OF THE POPULARITY OF CHILDREN'S NEWSPAPERS AND MAGAZINES IN THE CONDITIONS OF MEDIATISATION: THE SOCIOLOGICAL ASPECT

S. V. KHARYTONOVA^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The quantitative and qualitative features of the development of Belarusian children's print media in the context of the widespread Internet, the digitalisation of the media sphere, media convergence, the emergence of a digital media audience, and the mediatization of society are determined. The problem of low demand for traditional forms and channels of dissemination of mass information intended for children's media audience, as well as existing trends in the formation of information and media preferences of children of Belarus is revealed. Based on the results of a questionnaire survey in the age groups of domestic media consumers 4–6, 7–10, 11–14 and 15–17 years old, the level of popularity of printed periodicals among the modern children's media audience is determined; factors and motives influencing the choice of newspapers and magazines; and also the most common sources and channels of information among the younger generation of Belarusians are established. The article substantiates the need to search for new editorial approaches to broadcasting information in printed versions and online environments that can attract and retain a potential children's media audience in Belarus.

Keywords: newspapers and magazines for children; media outlets; mediatization; digital media audience; popularity of traditional media.

Acknowledgements. The study was supported by the grant of the President of the Republic of Belarus in the field of science No. 45рп dated 1 March 2022.

Образец цитирования:

Харитонов С. В. Анализ популярности детских газет и журналов в условиях медиатизации: социологический аспект. Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. 2022;2:10–16.

For citation:

Kharytonova S. V. Analysis of the popularity of children's newspapers and magazines in the conditions of mediatization: the sociological aspect. Journal of the Belarusian State University. Journalism. 2022;2:10–16. Russian.

Автор:

Светлана Вячеславовна Харитоновна – кандидат филологических наук, доцент; заведующий кафедрой периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики.

Author:

Svetlana V. Kharytonova, PhD (philology), docent; head of the department of periodical press and web journalism, faculty of journalism.
kharytonavasv@bsu.by

Введение

С начала XXI в. количественно-качественное развитие белорусской системы средств массовой информации для детей происходит под влиянием глобальных изменений в информационном пространстве. Среди них широкое распространение интернета¹, дигитализация медиасферы [1, с. 6], медиа-конвергенция [2, с. 35], возникновение цифровой медиааудитории [3, с. 112–115] и медиатизация общества [4, р. 137]. Стремительная эволюция отечественной интернет-инфраструктуры в 1998–2002 гг., обусловленная появлением «новых провайдеров и веб-студий, увеличением аудитории пользователей, удешевлением компьютеров, средств и услуг связи», способствовала увеличению числа белорусских пользователей более чем в 40 раз [2, с. 16–27]. В веб-среде появились традиционные печатные СМИ, которые к 2012 г. начали осваивать социальные медиа-платформы.

Экстенсивный рост процентных показателей востребованности интернета в Беларуси как основного источника информации о событиях из различных сфер жизни общества в 1995–2019 гг. установил в диахронном срезе отечественный социолог Д. Г. Ротман. Например, в 2005 г. экономическую информацию в веб-среде искали лишь 2,8 % населения Беларуси, в 2010 г. – 19,6 %, а в 2019 г. – 60,0 % населения, причем популярность других медиаисточников (газет, радио и телевидения) снизилась. По мнению исследователя, это обусловлено оперативностью получения новостей и возможностью быстрого реагирования аудитории на предоставляемую в онлайн-пространстве информацию [5, с. 11]. В 2009–2010 гг. количество обращений белорусских граждан к печатным СМИ как источникам информации сократилось с 62,9 до 48,9 % [6, с. 48]. Вместе с тем с 2011 г. были зафиксированы рост доли ежедневных интернет-пользователей в возрасте от 16 лет и повышение их интереса к развлекательной информации. К 2017 г. показатель присутствия старшеклассников в интернете достиг 88,8 %². По данным за 2019 г. приоритетными у белорусской молодежной аудитории являются такие источники информации, как сайты и новостные интернет-порталы (74,8 %), социальные сети (21,7 %), телевидение (22,2 %) [7, с. 60], что определило интенсификацию процессов омоложения цифровой медиааудитории.

К 2018 г. в Беларуси количество интернет-пользователей 6–17 лет возросло до 87,7 %, что на 6,0 %

больше, чем в 2014 г.³ Замечена тенденция увеличения присутствия в веб-среде детей младшего и среднего школьного возраста до 14,1 % и молодежной группы веб-пользователей 16–24 лет до 9,8 %⁴. В сборнике Национального статистического комитета Республики Беларусь, опубликованном в 2021 г., приводятся новые данные об интернет-активности белорусских детей. Результаты современных исследований указывают на положительную динамику среди пользователей 6–15 лет (до 91,8 %) при одновременном увеличении количества детей, использующих мобильную сеть (до 75,0 %) ⁵. Изменился характер применения подрастающим поколением современных веб-ресурсов.

В онлайн-пространстве детская аудитория получила возможность конструировать собственную коммуникационную медиасреду – создавать, сохранять, формировать и распространять интересующий ее контент, публикуя фото-, аудио- и видеоматериалы, а также другие мультимедийные сообщения и веб-комментарии. Замечено, что с 2010-х гг. новой движущей силой в развитии постсоветской медиасистемы стала цифровая медиааудитория [3, с. 112–115]. В зависимости от ее индивидуальных предпочтений изменились особенности медиапотребления [8, с. 41–42]. В связи с распространением социальных сетей определились привычки юной медиааудитории, что привело к ее фрагментации по цели обращения (информационной, образовательной, развлекательной, социальной, инструментальной или коммуникационной) [9, с. 25–28]. Наиболее выраженные изменения коснулись форм медиапотребления детей различных возрастных групп как «системы индивидуальных и общественных практик по взаимодействию с медиа, все активнее воздействующих на социальное поведение людей» [3, с. 69]. В качестве определяющих признаков медийных практик подрастающего поколения выявлены переход из пассивных потребителей медиа в активные, мультиэкранность и дигитализация⁶. Эти свойства проявились в ежедневном использовании планшета или смартфона для мобильных игр каждым вторым ребенком с рождения до 12 лет (45 %), просмотре видеоконтента на YouTube (48 %), применении мессенджеров младшей группой школьников (35 %) и их общении со сверстниками в социальных сетях (36 %). Кроме того, установлено, что в интернете дети в возрасте 5–7 лет стали отдавать

¹Республика Беларусь в зеркале социологии : сб. материалов социолог. исследований / под ред. А. П. Дербина. Минск : Информ.-аналит. центр при Администрации Президента Респ. Беларусь, 2018. С. 7.

²Там же. С. 8–14.

³Дети и молодежь Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. Минск, 2018. С. 77–78.

⁴Информационное общество в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. Минск, 2019. С. 82.

⁵Информационное общество в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. Минск, 2021. С. 82.

⁶Дети. Медиапотребление. 2017 [Электронный ресурс]. URL: http://momri.org/wp-content/uploads/2018/08/momri.-deti_mediapotreblenie_2017.pdf (дата обращения: 05.02.2022).

предпочтение видео (95 %) и играм (60 %), а дети в возрасте 8–11 лет уделяли преимущественное внимание образовательному и развивающему контенту (83 %), одной из ключевых практик выбирая мультимедийные развлечения⁷. Происходящая медиатизация, как долгосрочный «метапроцесс, связанный с развитием медиатехнологий и их влиянием на культуру и общество» (перевод наш. – С. Х.) [4, р. 137],

качественно видоизменила медийные привычки детей. В поиске интересующей их информации они стали отдавать предпочтение экранным медиа, обладающим свойствами мультимедийности и интерактивности. Как следствие, обозначилась проблема востребованности традиционных форм и каналов распространения массовой информации, предназначенной для детской аудитории СМИ.

Основная часть

С целью определить, насколько популярны печатные периодические издания у современной детской медиааудитории и каковы факторы и мотивы, влияющие на выбор периодических изданий, а также установить наиболее распространенные у под-

растающего поколения белорусов источники и каналы информации в сентябре – ноябре 2021 г. был проведен анонимный анкетный опрос. Данные о распределении количества опрошенных по возрастному признаку представлены на рис. 1.

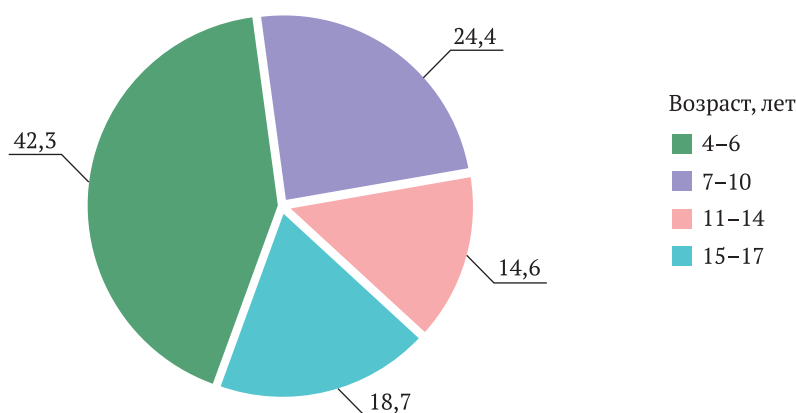


Рис. 1. Распределение количества респондентов по возрастному признаку, %
Fig. 1. Distribution of the number of respondents by age, %

Репрезентативную совокупность исследования составили 123 анкеты. В качестве эмпирического метода использовалось онлайн-анкетирование. Полученные результаты позволили выявить тенденции в формировании детских информационных и медийных предпочтений.

Конститутивное значение приобретают данные о невысокой лояльности детской аудитории к белорусским печатным СМИ. На вопрос: «Читаете ли Вы газеты и журналы для детей?» – более 66,7 % респондентов всех возрастных групп ответили отрицательно. Замечено, что чем старше ребенок, тем меньше он заинтересован в традиционных источниках информации. Так, газеты и журналы не читают 10,9 % дошкольников, 18,3 % детей младшего школьного возраста, 40,3 % детей среднего школьного возраста и 30,5 % детей старшего школьного возраста. Несмотря на это, выявленные показатели не столь однозначны.

Хотя в качестве приоритетного информационного ресурса респонденты предпочитают использовать интернет, 51,2 % из них хотели бы продолжать читать детские газеты и журналы в печатном виде (рис. 2).

Более 39 % респондентов высказалось за то, чтобы детские СМИ размещались на цифровых платформах (веб-сайты, мобильные приложения). В то же время для респондентов остаются актуальными традиционные аудиовизуальные медиа (рис. 3).

К главным факторам, влияющим на востребованность у детской аудитории периодических изданий, относятся качество контента и дизайна, соответствие публикуемых материалов информационным запросам современных детей, актуальность, а также интерактивность (рис. 4).

Для участников опроса наиболее приоритетной является развивающая (58,5 %), познавательная (43,9 %) и развлекательная (46,3 %) информация (рис. 5). Данные анкетного опроса позволили установить еще одну важную особенность. Вопреки массовому распространению на территории Беларуси зарубежной прессы для детской аудитории, юные респонденты читают СМИ белорусского производства. К ним относятся издания «Юный спасатель», «Рюкзачок», «Стрекоза», «Развлекательный каламбур», «Полосатая газета», «Шапокляк», «3/9 царство», «Сказка на ночь» и др.

⁷Интернет в России в 2018 году. Состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой докл. М. : Тип. «Форвард Принт», 2019. С. 32.

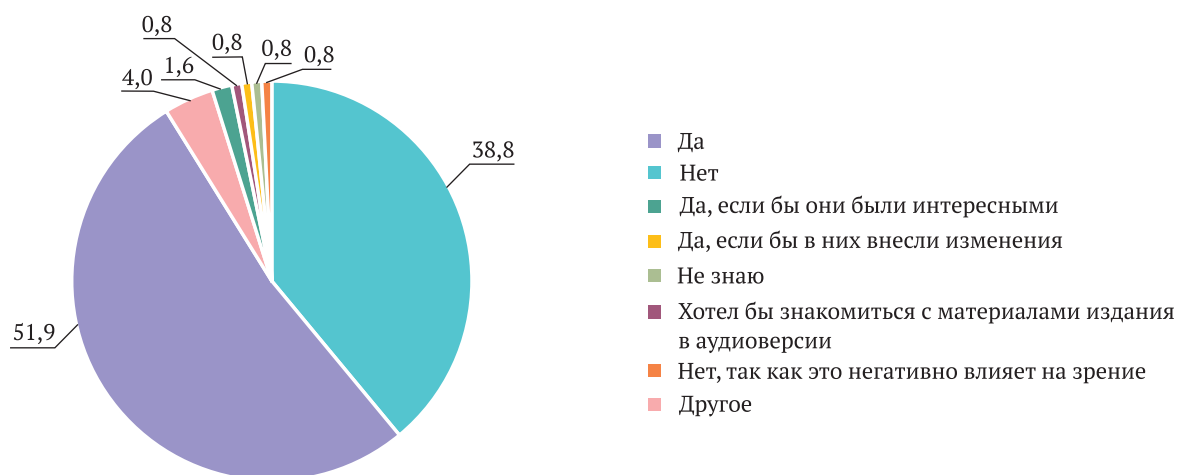


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Хотели бы Вы читать детские газеты и журналы в электронном виде?», %

Fig. 2. Distribution of respondents' answers to the question:
«Would you like to read children's newspapers and magazines in electronic form?», %

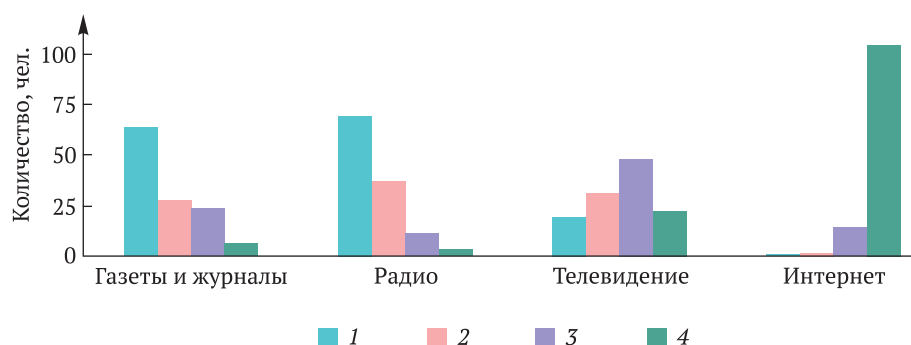


Рис. 3. Уровень популярности у детей того или иного вида медиа:
1 – не популярен, 2 – не очень популярен, 3 – популярен, 4 – очень популярен

Fig. 3. The level of popularity among children of a particular type of media:
1 – not popular, 2 – not very popular, 3 – popular, 4 – very popular

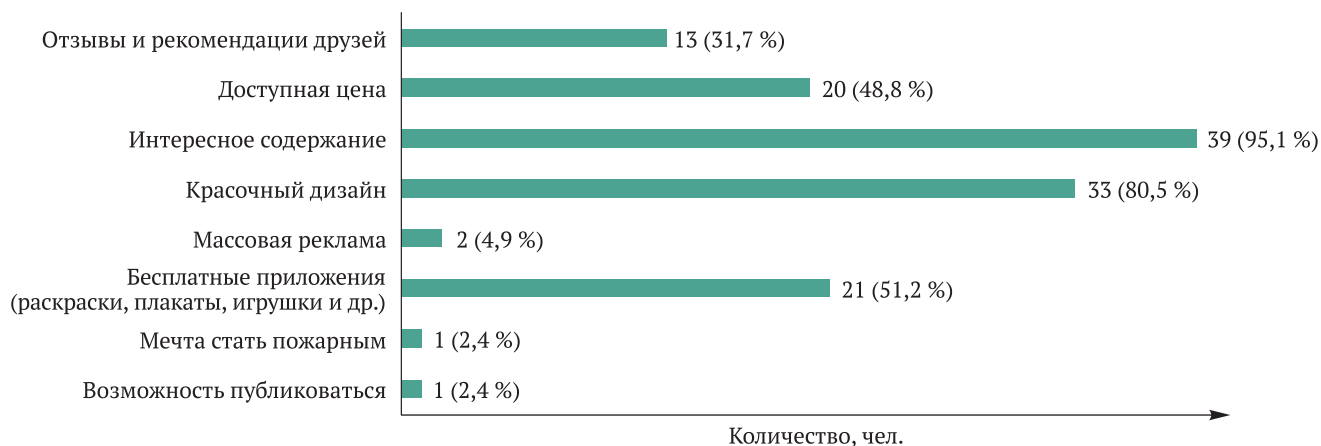


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Что влияет на Ваш выбор изданий?»

Fig. 4. Distribution of respondents' answers to the question:
«What influences on your choice of publications?»

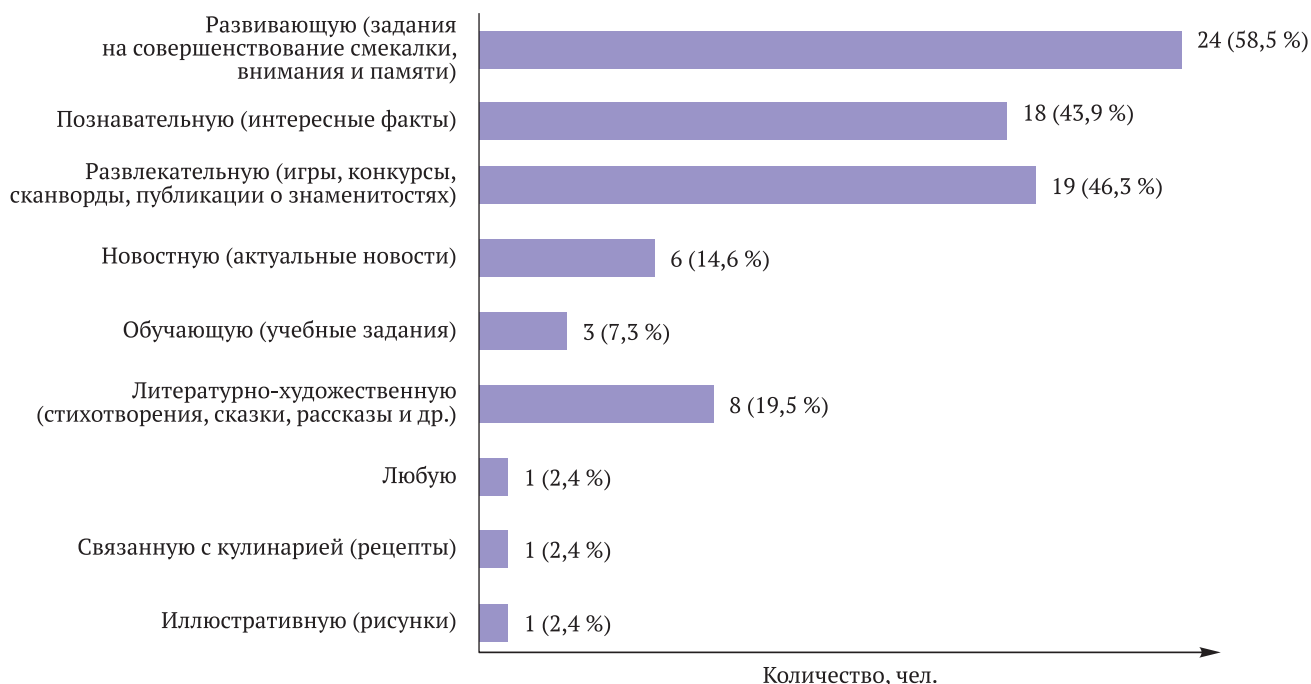


Рис. 5. Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Какую информацию Вы ищете в детских газетах и журналах в первую очередь?»

Fig. 5. Distribution of respondents' answers to the question:
«What information are you looking for in children's newspapers and magazines in the first place?»

Обозначенные тенденции увеличения цифровой медиааудитории среди детей и ее спроса на качественный, в том числе мультимедийный, контент ставят белорусских медиапроизводителей перед необходимостью поиска новых редакционных подходов к трансляции информации в печатных версиях изданий и онлайн-среде, способных привлечь и удержать потенциальную аудиторию.

Ответом на глобальные перемены в информационно-коммуникационном развитии медиапространства на законодательном уровне выступают разработка и реализация официальных программно-нормативных документов. В 2017 г. Президиум Совета Министров Республики Беларусь утвердил Национальную стратегию устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года. К основным направлениям цифрового становления белорусского общества относятся «совершенствование правовой и нормативной технической базы в области информационно-коммуникационных технологий; развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры, преодоление проблемы «цифрового неравенства»; содействие конвергенции глобальной сети интернет и всех областей экономики и общества; формирова-

ние умной и безопасной среды обитания человека (умный город, дом, транспорт и т. п.); обеспечение комплексной защиты информационных ресурсов»⁸. Ключевой целью стратегии является «формирование единого информационного пространства»⁹. В декабре того же года Президент Республики Беларусь А. Г. Лукашенко подписал Декрет № 8 «О развитии цифровой экономики», в соответствии с которым были предоставлены конкурентные преимущества субъектам отрасли информационных технологий и сформированы благоприятные условия для развития национальной цифровой экономики¹⁰. Дальнейшее внедрение дигитальных информационно-коммуникационных технологий в отрасли национальной экономики и все сферы жизни общества предусмотрено Государственной программой «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы¹¹. В контексте продолжающейся цифровой модернизации всех секторов социально-экономического развития белорусского государства актуализировались вопросы обеспечения национальной безопасности в информационной сфере. Так, утверждение Концепции информационной безопасности Республики Беларусь в 2019 г. содействовало определению в качестве целевого приоритета обеспечение ин-

⁸Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf> (дата обращения: 05.02.2022).

⁹Там же.

¹⁰О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс]. URL: <https://president.gov.by/ru/documents/dekret-8-ot-21-dekabrya-2017-g-17716> (дата обращения: 05.02.2022).

¹¹О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mpt.gov.by/ru/gosudarstvennaya-programma-cifrovoe-razvitie-belarusi-na-2021-2025-gody> (дата обращения: 05.02.2022).

формационного суверенитета Беларуси. Его достижение связано, во-первых, с развитием «национальных СМИ и телекоммуникаций, современных ИКТ, национальной индустрии производства средств информатизации, а также защитой национальных рынков информационных и телекоммуникационных услуг, снижающих зависимость от технологий ино-

стрannого производства и сокращающих цифровое неравенство», а во-вторых, с сохранением «сформированных в общественном сознании традиционных фундаментальных ценностей народа, выступающих в качестве одного из основных элементов обеспечения его единства и одним из условий неуклонного развития государства»¹².

Заключение

Реализовать поставленные задачи в национальной медийной сфере позволяет Государственная программа «Массовая информация и книгоиздание» на 2021–2025 годы. В соответствии с ее ключевыми положениями, приоритетным направлением в деятельности отечественных СМИ является повышение качества медиапродукта за счет «активизации аналитического и образно-публицистического компонента в наполнении принт-платформы», а также «постепенной и оптимальной диверсификации медиапродукции в рамках одного СМИ»¹³ для цифровых платформ. Широкое применение цифровых информационных технологий в популяризации СМИ государственной молодежной политики и воспитании информационной культуры детей предусмотрено в Стратегии развития государственной молодежной политики Республики Беларусь до 2030 года и Программе непрерывного воспитания детей и учащейся молодежи на 2021–2025 годы. В программах, отражающих фундаментальные приоритеты сохра-

нения информационного суверенитета Беларуси, внимание фокусируется на технологической составляющей создания и продвижения медиаконтента, прежде всего на увеличении каналов и форматов распространения информации традиционными СМИ в интернете. Сущностные аспекты содержания, транслируемого современными детскими медиа в различных формах, тем не менее остаются за пределами программных документов. Например, не детерминированы воспитательные векторы развития национальных СМИ для детей в контексте как цифровизации медиасферы, так и качественной трансформации медиапотребления в XXI в. Не выявлены перспективы детских периодических изданий Беларуси в системном формировании медийными средствами у подрастающего поколения белорусов нравственных ценностей, укреплении патриотических и гуманистических традиций, сохранении культурного единства нации в условиях глобальной дигитализации.

Библиографические ссылки

1. Градюшко АА. *Основы творческой деятельности веб-журналиста*. Минск: БГУ; 2019. 239 с.
2. Градюшко АА. *Современная веб-журналистика Беларуси*. Минск: БГУ; 2013. 179 с.
3. Вартанова ЕЛ. *Теория медиа: отечественный дискурс*. Москва: Издательство Московского государственного университета; 2019. 224 с.
4. Krotz F. Mediatization as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change. In: Lundby K, editor. *Mediatization of communication*. Berlin: De Gruyter Mouton; 2014. p. 131–161.
5. Ротман ДГ. Современное информационное поле Беларуси: особенности изучения и некоторые выводы. *Журналист*. 2019;1:10–15.
6. Гусев АВ, Ермак ВИ, Живень ОЭ, Литвинович ВМ, Маючий ВВ, Николаенко СП и др. *Белорусская национальная медиасреда: социологический аспект*. Пролесовский ОВ, Криштапович ЛЕ, редакторы. Минск: Белорусский Дом печати; 2011. 111 с.
7. Бузовский ИИ, Карлюкевич АН, Посталовский АВ, Ротман ДГ. *Особенности трансформации информационного поля Республики Беларусь в современных условиях: социологический анализ*. Минск: Вышэйшая школа; 2020. 134 с.
8. Вартанова ЕЛ, Вярковскі АВ, Макеенко МІ, Смирнов СС. *Индустрия российских медиа: цифровое будущее*. Вартанова ЕЛ, редактор. Москва: МедиаМир; 2017. 160 с.
9. Дунас ДВ, Вартанов СА, Кульчицкая ДЮ, Салихова ЕА, Толоконникова АВ. Теоретические аспекты изучения медиапотребления российской молодежи: к пересмотру теории использования и удовлетворения. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2019;2:3–28. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.328.

References

1. Gradyushko AA. *Osnovy tvorcheskoi deyatel'nosti veb-zhurnalista* [Fundamentals of creative activity of a web journalist]. Minsk: Belarusian State University; 2019. 239 p. Russian.
2. Gradyushko AA. *Sovremennaya veb-zhurnalistika Belarusi* [Modern web journalism of Belarus]. Minsk: Belarusian State University; 2013. 179 p. Russian.

¹²О Концепции информационной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: http://www.pravo.by/upload/docs/op/P219s0001_1553029200.pdf (дата обращения: 19.07.2021).

¹³О Государственной программе «Массовая информация и книгоиздание» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. URL: https://pravo.by/upload/docs/op/C22100021_1611176400.pdf (дата обращения: 19.09.2021).

3. Vartanova EL. *Teoriya media: otechestvennyi diskurs* [Media theory: domestic discourse]. Moscow: Izdatel'stvo Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta; 2019. 224 p. Russian.
4. Krotz F. Mediatisation as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change. In: Lundby K, editor. *Mediatisation of communication*. Berlin: De Gruyter Mouton; 2014. p. 131–161.
5. Rotman DG. [The modern information field of Belarus: features of the study and some conclusions]. *Zhurnalist*. 2019;1:10–15. Russian.
6. Gusev AV, Ermak VI, Zhiven' OE, Litvinovich VM, Mayuchii VV, Nikolaenko SP, et al. *Belorusskaya natsional'naya mediasreda: sotsiologicheskii aspekt* [The Belarusian national media environment: a sociological aspect]. Prolesovskii OV, Krishtapovich LE, editors. Minsk: Belorusskii Dom pechati; 2011. 111 p. Russian.
7. Buzovskii II, Karlyukevich AN, Postalovskii AV, Rotman DG. *Osobennosti transformatsii informatsionnogo polya Respubliki Belarus' v sovremennykh usloviyakh: sotsiologicheskii analiz* [Features of the transformation of the information field of the Republic of Belarus in modern conditions: sociological analysis]. Minsk: Vyshhejschaja shkola; 2020. 134 p. Russian.
8. Vartanova EL, Vyrkovskii AV, Makeenko MI, Smirnov SS. *Industriya rossiiskikh media: tsifrovoe budushchee* [Russian media industry: digital future]. Vartanova EL, editor. Moscow: MediaMir; 2017. 160 p. Russian.
9. Dunas DV, Vartanov SA, Kulchitskaya DYU, Salikhova EA, Tolokonnikova AV. Theoretical aspects of russian youth media consumption: to the revision of uses and gratification theory. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. 2019;2:3–28. Russian. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.328.

Статья поступила в редколлегию 24.02.2022.
Received by editorial board 24.02.2022.