

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
Полоцкий государственный университет

**НОВЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
И СОВРЕМЕННОЕ БЕЛОРУССКОЕ ОБЩЕСТВО**

Электронный сборник статей
Международной научной конференции

(Новополоцк, 11-12 ноября 2016 г.)

Под общей редакцией
И.А. Бортника

Новополоцк
2017

Все права на размножение и распространение в любой форме остаются за УО «Полоцкий государственный университет».

Нелегальное копирование и использование данного продукта запрещены.

Новые коммуникативные технологии и современное белорусское общество : электрон. сб. ст. Междунар. науч. конф, Новополоцк, 11–12 нояб. 2016 г. / Полоц. гос. ун-т ; под общ. ред. И.А. Бортника. – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2017. – 1 CD-ROM.

211440, ул. Блохина, 29,
г. Новополоцк
Тел.: 59-37-39, 39-40-46
<http://www.psu.by>

Компьютерная верстка: Лазарёнок Егор Юрьевич
Программное обеспечение: Мядиль Анна Николаевна
Компьютерный дизайн: Мухоморова Мария Сергеевна

№ госрегистрации 3021713593

© Бортник И.А., 2017
© Полоцкий государственный университет, 2017

Предпочтения жителей Могилевской области в выборе источников массовой коммуникации

Лихачева С. Н., кандидат социологических наук, доцент,
Могилевский государственный университет
им. А.А. Кулешова, г. Могилев

Научно-техническое развитие существенно расширило горизонты возможностей массовой коммуникации и информации. У современного человека существует множество вариантов для поиска и выбора интересующих данных. Возрастающая конкуренция в информационной среде заставляет искать новые средства и механизмы для сохранения своего места в иерархии предпочтений аудитории.

Могилевским институтом региональных социально-политических исследований в 2015 году выполнялась НИР: «Исследование возможностей информационных ресурсов, их непосредственного воздействия на социально-экономические, политические и духовно-нравственные стороны функционирования общества»; n = 920 [1].

В Могилёвской области издаются 27 государственных газет: 4 областные, в том числе 2 областные общественно-политические, 1 – областная информационно-рекламная, 1 – областная агропромышленная, 2 – городские, 21 – районная. Выходят в эфир: 22 государственных и 1 частная студия радиовещания (радиoproграмма «Радуга Плюс»); 5 студий телевидения (РУП РТЦ «Телерадиокомпания «Могилёв», телеканал «Могилёв-2», телепрограмма «Мир ТВ» (Климовичи), телеканал «Инфо ТВ-КОМ», телекомпания «Скиф-Бобруйск»); 23 оператора кабельного телевидения. Функционирует: 24 сайта обл- гор- райисполкомов; 25 сайтов газет; сайт телерадиокомпания «Могилёв» [2].

Жителям Могилевщины был задан вопрос о том, из каких источников они получают информацию о событиях в стране, мире и регионе проживания. Выяснилось, что подавляющее большинство опрошенных - 90,1% смотрят телевизор, откуда и узнают о последних событиях как в Республике Беларусь, так и за рубежом. Большое число респондентов читают газеты (83,9%). Набирают популярность социальные сети в Интернете и информационно-новостные сайты. Так 56,7% респондентов с этой целью посещают свою страничку в социальных сетях и 52,3% просматривают информационно-новостные сайты. Радио в рейтинге популярных источников информации заняло пятую позицию (44,1%). Также 27,1% участников опроса указали, что такую информацию они получают при общении с друзьями, родственниками, коллегами по работе.

Сравнительно не так давно в Интернете появилось такое явление, как социальные сети, и за короткий отрезок времени они стали настолько популярны, что теперь практически у каждого Интернет-пользователя есть своя страничка в той или иной социальной сети. Многие СМИ имеют не только персональные сайты, но и аккаунты в социальных сетях, подписываясь на которые, люди узнают наиболее важные и актуальные события, как мирового, так и регионального масштабов. Имеется возможность представить данные по различным возрастным категориям (таблица 1).

Таблица 1. Распределение ответов на вопрос: «Из каких источников Вы получаете информацию о событиях в мире, стране, регионе?», по возрасту, %

Варианты ответа	18-29 лет	30-49 лет	50 лет и старше
Телевидение	76,5	92,6	97,9
Газеты	62,7	86,8	91,4
Социальные сети в Интернете	81,8	57,6	32,6
Информационно-новостные сайты	57,7	61,7	31,3
Радио	32,7	46,6	44,6
От друзей, знакомых	44,8	21,8	23,6
Не интересуются такой информацией	0,3	0,3	-

*Примечание: сумма процентов превышает 100%, т.к. респонденты могли отметить несколько вариантов ответа.

Почти все респонденты старше 50 лет информацию о событиях в стране и мире узнают из телевидения. Также старшая возрастная категория больше других предпочитает читать газеты. Получает информацию через социальные сети в Интернете больше молодёжь в возрасте 18-29 лет. Информационно-новостные сайты чаще используют лица среднего возраста. Радио как источник информации менее популярен, различия в ответах респондентов разного возраста невелики. При общении с друзьями и знакомыми чаще всего о последних событиях в стране и мире узнают молодые люди 18-29 лет – почти каждый второй (44,8%). Среди лиц среднего и старшего возраста – каждый пятый. Однако следует отметить, что узнавать информацию, это одно, а доверять ей - совершенно другое. В ходе социологического исследования мы попытались выяснить у населения, информация каких источников является наиболее объективной. Так, на вопрос анкеты: «Где представлена более объективная информация о социально-экономических и политических событиях в Республике Беларусь, Могилёвской области?», на первое место респонденты поставили государственные телеканалы (44,7%), на втором месте оказались Интернет-сайты (34,5%), на третьем – зарубежные телеканалы (8,4%), на четвёртом – коммерческие (6,5%). Возрастные особенности оказывают

самое непосредственное влияние на степень доверительности к тем или иным электронным средствам информации. Среди респондентов в возрасте от 30 до 49 лет доверяют Интернет-сайтам 33,6%, старшая возрастная группа - 50 лет и старше - 17,2%. В молодёжной среде каждый десятый участник исследования доверяет коммерческому (6,5%) и зарубежному телевидению (8,4%). Здесь очевидным является тот факт, что информационные предпочтения людей зависят от подготовленности к пользованию тем или иным видам средств массовой коммуникации, наличием доступности к современному продукту, а также субъективному отношению. У старшего поколения таких возможностей меньше, нежели у молодёжи.

Средства массовой информации призваны создавать условия для интеллектуального развития людей, овладения широким кругом информации. Возможности воздействия этого социального института на формирование позитивных установок достаточно велики, но для журналистского сообщества важно выделить наиболее значимые направления духовно-ценностной ориентации зрителей, слушателей и читателей. Одним из таких важнейших направлений является развитие качеств патриота. Это чувство реализуется через любовь человека к родине, местности проживания, своему народу. В ходе эмпирического исследования было выявлено с помощью, каких программ на радио и телевидении лучше популяризовать историю, культуру и традиции белорусов. Суждения участников исследования по этому вопросу расположились в следующем порядке: документальные передачи - 51,2%; художественные фильмы - 40,8%; научные, интеллектуальные передачи - 32,6%; обучающие передачи - 31,8%; репортажи о народных мастерах и умельцах - 25,7%; викторины, конкурсы - 16,9%; музыкальные передачи - 12,7%; кулинарные передачи - 12,6%; развлекательные передачи - 8,8%; ток-шоу, реалити-шоу - 8,6%; юмористические передачи - 7,1%; мультфильмы - 6,0%.

Современный потребитель информации привык к зрелищности и развлекательности. Именно через эти приёмы целесообразно формировать у него чувство патриота и гражданина. Простой информации о событии уже не достаточно, необходимо даже обыденное явление преподносить ярко, красочно с использованием элементов сенсации. Для передачи значимой информации целесообразно использовать такие приёмы, как теле- и радиоконференции, дискуссионные группы, игровую активность, факторы новизны и непривычности. Для достижения успеха журналистам необходимо организовать подачу информации так, чтобы делать людей не только потребителями информации, но и её создателями.

Одним из острых в судьбе белорусского народа и его истории стоит проблема белорусского языка. В связи с этим в анкету был включен

вопрос, который предлагал респондентам определить информацию на каком языке в средствах массовой информации, русском или белорусском, они воспринимают лучше, тем более что СМИ выступают «лидерами» в популяризации языка среди населения. Примерно каждый второй респондент (58,2%) одинаково хорошо воспринимает информацию на русском и белорусском языках. Однако больший процент среди участников опроса всё же лучше понимает информацию на русском языке (40,6%). Число тех, кто больше понимает белорусский язык, нежели русский совсем небольшое – 0,9%. Как показали результаты опроса жители крупных городов в большей степени, нежели жители районных центров и сельской местности лучше понимают русский язык (46,1%, 29,7% и 34,9%, соответственно).

Таблица 2 – Распределение ответов на вопрос: «Одинаково ли хорошо Вы воспринимаете информацию на русском и белорусском языках в средствах массовой информации?», по возрасту, %

Варианты ответа	18-29 лет	30-49 лет	50 лет и старше
Хорошо понимаю информацию на русском и белорусском языках	52,2	55,9	63,5
Более понятна информация на русском языке	47,5	43,0	33,9
Более понятна информация на белорусском языке	-	1,1	1,3
Затруднились ответить	0,3	-	1,3

Как видно из таблицы 2, только среди старшего поколения и лиц среднего возраста белорусский язык является более понятным, нежели русский (50 лет и старше – 1,3% и 1,1% - 30-49 лет), тогда как среди молодёжи в возрасте от 18 до 29 лет таковых не зафиксировано, но почти каждый второй из этой возрастной группы воспринимает информацию в СМИ на русском языке лучше, чем на белорусском (47,5%).

В настоящее время в период глобального сотрудничества и отсутствия информационных барьеров перед государством стоит вопрос сохранения белорусского языка, что в свою очередь также является условием сохранения национальной культуры и самобытности белорусского народа. В этой связи именно СМИ смогли бы сыграть важную роль и способствовать решению данной проблемы. Телевидение, печатные издания, радио, Интернет обладают необходимыми средствами для эффективной пропаганды национального белорусского языка, культуры, истории, традиций и обычаев белорусского народа.

Рассматривая влияние СМИ на население, целесообразно проследить направленность общественного мнения по поводу предпочтительной

тематики и содержательности информации. Предпринята попытка выявить у респондентов их интересы при ознакомлении с материалами о жизни области или своего поселения. Исходя из того факта, что самыми популярными средствами информации являются телевидение и радио было предложено определить наиболее востребованные рубрики и направления. Результаты соцопроса оказались следующими: деятельность местных органов власти – 43,0%; интересные исторические факты – 36,1%; жизнь молодёжи – 29,1%; благоустройство города – 28,6%; социальная защита населения – 28,5%; культурная жизнь – 23,8%; туристические маршруты – 18,9%; состояние правопорядка – 18,2%; экономическая жизнь – 17,6%; народные умельцы и таланты – 15,6%; известные уроженцы Могилёвской области – 14,5%; юные таланты Могилёвской области – 13,9%; работа учреждений социальной сферы – 12,2%.

В своих информационных приоритетах и горожане, и сельчане хотят знать, как местные органы власти исполняют свои управленческие функции. Данная направленность интересов дополняется проблемами благоустройства, состоянием социальной защиты населения и правопорядка. Это те аспекты, которые обеспечивают удобства повседневной жизни и комфортность бытия. Наряду с этой проблематикой население желает получать больше информации об истории края, туристических направлениях, культурных достижениях, талантливых и известных уроженцах края. Можно констатировать – население Могилёвщины посредством теле- и радиопередач заинтересовано в информации о местной жизни и перспективах её улучшения.

Таким образом, согласно результатам социологического исследования, телевидение по-прежнему остаётся основным источником информации для жителей Могилёвского региона, но сдает свои позиции в молодежной среде. Печатные издания чуть менее востребованы, и всё более популярным в качестве источника информации становится Интернет, социальные сети. Современная аудитория выбирает более удобные и технически совершенные каналы коммуникации, отдавая предпочтение тем, где имеется возможность непосредственно влиять на форму подачи информации и выражать свою точку зрения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Исследование возможностей информационных ресурсов, их непосредственного воздействия на социально-экономические, политические и духовно-нравственные стороны функционирования общества: отчет о НИР / Мог. ин-т регион. соц.-полит. исследований; рук. Н. В. Новикова. – Могилёв, 2015. – 75 с. – № ГР 20150421.
2. СМИ [Электронный ресурс] – 2016 – Режим доступа: <http://mogilev-region.gov.by/category/smi> Дата доступа: 28.10.2016 г.