

# ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК СРЕДСТВО ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЖИТЕЛЕЙ МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ

**Выборный В. Д.**

учреждение образования «Могилевский институт  
Министерства внутренних дел Республики Беларусь»  
(Могилев, Республика Беларусь)

**Аннотация.** В статье рассматривается роль телевидения как средства массовой информации. На основании данных социологического опроса анализируются основные способы просмотра телепередач жителями Могилевской области, содержание телетрансляций, продолжительность телепросмотров по полу и возрасту участников опроса, различия в выборе телепрограмм в зависимости от социально-демографических характеристик и эффективность работы с аудиторией белорусских телеканалов.

**Ключевые слова:** средства массовой информации, социологический опрос, телепередачи, социально-демографические характеристики, эффективность работы, аудитория зрителей, региональные телеканалы.

**Summary.** The article considers television as a mass media in modern conditions. Based on the data of the sociological survey, the main ways of viewing TV shows by residents of the Mogilev region, the content of TV broadcasts, the duration of TV shows by gender and age of the survey participants, the differences in the choice of TV programs depending on socio-demographic characteristics and the effectiveness of working with the audience of Belarusian TV channels are analyzed?

**Keywords.** The mass media. A sociological survey. TV shows. Socio-demographic characteristics. Efficiency of work. The audience of viewers. Regional TV channels.

Телевидение на протяжении многих десятилетий занимало, да и занимает сегодня лидирующие позиции среди основных средств массовой информации Могилевской области. Оно по-прежнему сохраняет сегодня высокую востребованность у населения своей доступностью, качественным разнообразием. Телевидение оперативно информирует население области, оказывает информационное воздействие на поведение людей и влияет на формирование общественного мнения.

Каковы же основные способы просмотра телепередач жителями Могилевской области? Этот вопрос мы будем рассматривать на основе сравнительного анализа данных опросов, проведенных в последние годы отделом социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство «Могилевские ведомости» и несколько ранее Могилевским институтом региональных социально-политических исследований (МИРСПИ).

Самым популярным информационным у населения Могилевщины сегодня является интерактивное телевидение ZALA (53,5%) и кабельное ТВ (31,3%). Интерактивное телевидение ZALA является наиболее популярным у всего населения. Однако 12,6% жителей области ограничиваются только обязательным общедоступным пакетом телеканалов. В райцентрах и сельской местности телевидение ZALA получило у жителей заметно большее распространение (65,6%) по сравнению с крупными городами. В то же время следует отметить что жители сельских территорий имеют не очень богатый выбор доступа к альтернативным вариантам телевидения. Вероятно, там отсутствует конкуренция и в меньшей мере предлагаются другие альтернативные варианты телевидения. Одновременно прослеживается и то, что и спутниковое телевидение недостаточно распространено на данный момент в области. На это указало 11,8% опрошенных респондентов области [1].

Важным составляющим телевизионного информационного воздействия являются содержание телетрансляции, которое может привязать зрителя на достаточно продолжительное время. Для многих людей просмотр телепередач становится своеобразным вечерним ритуалом. Это отметило большинство респондентов (почти 70,5%). Большинство жители области просматривают художественные фильмы, новости, развлекательные и познавательные программы. Причем женщины отдают им предпочтения более чем мужчины [1].

Сколько же времени в сутки проводят у телеэкрана жители области? 47,1% опрошенных проводят не более 2-х часов. От 2-х до 4-х часов проводят уже 22,5%. В то же время 55,5% жителей сельской местности проводят у телевизора не более 2-х часов. В крупных городах (Могилев, Бобруйск) меньше тех, кто смотрит телепрограммы от 4-х до 6-ти часов (7,9%). И только около 4% жителей крупных городов тратят на просмотр до 6-ти часов в день [1]. Следует отметить что в прошлые годы зависимость жителей от телепросмотров в объеме от 4-х до 6-ти часов была значительно выше (10,4%) [2].

Выявлена связь продолжительности телепросмотров по полу и возрасту участников опроса. Продолжительность их по полу существенных отличий не имеет. Но в то же время 22,7% мужчин и 37,3% молодежи не тратят времени вообще на просмотр телепередач. Длительность проведенного времени жителями перед телевизором увеличивается с их возрастом от 60 лет и старше (50,9% не более 2-х часов, 33,3% более часов) [1]. Как указали респонденты старших возрастных групп телепросмотр – это распространенная форма проведения их досуга на пенсии.

Современное белорусское телевидение можно охарактеризовать как познавательно-развлекательное. На это указало 33,5% респондентов. Поэтому кинопродукция (55,3%) и последние новости (50,2%) являются самыми востребованными жанрами, которые привлекают телезрителей области. Сельчан интересуют в большей степени по сравнению с остальными программы о здоровье (23,0%), новости (61,2%) и художественные фильмы (59,6%). В меньшей степени востребованы у них научные, познавательные (25,1%) и документальные передачи (20,0%). Следует отметить, что и информационно-аналитические программы сегодня недостаточно востребованы в целом у жителей области (18,2%) [1]. Но это больше чем по данным опроса 2012 г. Тогда число таких жителей было значительно меньше (8,2%) [2].

Интерес к новостным программам значительно повышается с возрастом респондентов (70,2% от 50 лет и старше). А также возрастает интерес и к художественным фильмам (68,1%). Молодежь в свою очередь выбирает научные, познавательные передачи (34,0%) и информационно-аналитические программы (28,4%). Интересно, что и молодым и пенсионерам нравятся ток-шоу, реалити-шоу, документальные фильмы, программы. А люди среднего возраста к ним более равнодушны. Женщины проявляют в той или иной мере больше интереса ко всем жанрам, кроме спортивных передач (11,0%) [1].

Как часто могилевские респонденты смотрят белорусские телеканалы? Ежедневно общенациональный канал (Беларусь 1) смотрят только 23,7% жителей области. Не смотрят этот канал 32,3% респондентов. Как не печально, но 18,7% жителей области не смотрят вообще ТВ. Еще меньше почитателей у каналов Беларусь 2 и Беларусь 3 (7,8% и 6,0%). Имеют приблизительно одинаковое количество почитателей ОНТ, РТР-Беларусь, НТВ-Беларусь (от 24,8% до 30,0%). Еще меньше по сравнению с ними почитателей у каналов «местного значения» – Беларусь 4 и СТБ (менее 12,6%) [1]. Характерно, что ранее, по опросам 2012 года, количество почитателей этих каналов было несколько больше (почти 18%) [2].

Вызывает удивление сравнительно малочисленная на Могилевщине аудитория у «тематических» каналов Беларусь 2, Беларусь 3, Беларусь 5 и Беларусь 24. Это свидетельствует по мнению респондентов, о том, что необходимо серьезно пересмотреть качество работы этих каналов.

Что касается частоты просмотра регионального телеканала, то меньше всего ежедневно их смотрят респонденты крупных городов области (9,2%). Сельские жители несколько чаще предпочитают его просмотр (17,8%). Зрители местного телеканала представлены преимущественно старшими возрастными группами населения, от 50 и старше лет. Ежедневно его смотрит каждый четвертый пенсионер (25,8%). В то же время стоит отметить, что региональное телевидение не лишено вниманием и молодежной аудитории. Нечасто, но примерно четверть молодых людей все же вспоминают о его существовании среди сотни других каналов [1]. Все это свидетельствует о том, что молодежное направление в тематике программ регионального телевидения (информации о молодежной политике, музыке, ток-шоу, реалити-шоу, документальные фильмы и др.) необходимо дальше поддерживать и развивать.

Следует отметить, что местное телевидение играет особую и можно сказать значительную роль информационного воздействия на жителей Могилевской области. Это обусловлено его привязанностью к событиям на территории проживания людей, близость к их потребностям. Все это создает хорошие преимущества местного телевидения перед другими каналами.

Как же оценивают программы регионального телеканала «Могилев» (Беларусь 4) жители области? И насколько они интересны для могилевских респондентов? Больше половины опрошенной аудитории отметили, что его программы им интересны. Примерно треть затруднилась ответить [1]. Можно предположить, что они смотрят телеканал исключительно ради местных новостей и не придают какого-либо значения подаче материала и тематике программ.

Предпочтения зрительской могилевской аудитории сегодня очень разнообразны, поэтому удовлетворение пожеланий даже большинства представляется на сегодняшний день трудновыполнимой задачей. Наиболее важными составляющими любого информационного воздействия являются три аспекта: Что передается? Кем передается? Когда передается информация? Именно разумное сочетание этих трех показателей зачастую и является слагаемым успеха у аудитории. Но главным, несомненно, является контент, привлекающий зрителей и удерживающий на канале.

Какие рубрики недостаточно представлены по мнению респондентов на региональном телеканале «Могилев» (Беларусь 4)?): научно-познавательные программы 31,3%; политическое и экономические обозрение 18,5% – 17,4%; интеллектуальные шоу 17,4%; детские программы 16,6%; социально-правовые вопросы 16,4%; развлекательные программы, ток-шоу, реалити-шоу 15,9% – 15,6%; программы о здоровье 11,7%; спортивные передачи 9,9%; культурные программы 9,6%; криминальные проблемы 9,1% [1].

Как видно из результатов опроса 2020 г., зрители местного телеканала обозначили достаточно серьезные направления тематики программ, которых они в первую очередь хотели бы видеть в материалах своего региона. Можно предположить, что местный канал им хотелось бы видеть более насыщенным по научно-познавательным, политическим и экономическим направлениям. Определенно привлекает их возможность собственного потенциального участия в интеллектуальном шоу. Значительно интересна для жителей области и юридическая проблематика. Прежде всего возможностью прояснить для себя некоторые правовые вопросы.

Таким образом, необходимо признать, что сегодня телевидение располагает хорошими современными ресурсами и сложившейся привычкой у населения семейных телепросмотров. Однако более продуманной и разнообразной должна становиться содержательная сторона телепередач. Поэтому необходимо на регулярной основе изучать предпочтения моголевских телезрителей.

#### **Литература**

1. Исследование возможностей средств массовой информации, их непосредственного воздействия на социально-экономические, политические и духовно-нравственные стороны функционирования общества : отчет о НИР (сводный) / Отдел социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство «Моголевские ведомости» ; рук. Н. В. Новикова. – Моголев, 2020. – 49 с.
2. Информационное пространство Беларуси как объект социологического анализа: региональный аспект : отчет о НИР / Моголевский институт региональных социально-политических исследований ; рук. Н. Е. Лихачев. – Моголев, 2012. – 60 с. – № Г.Р. 20122130.