

**Список основных источников**

1. Маклюэн, М. Понимание Медиа / М. Маклюэн. – М. : Кучково поле, 2011. – 464 с.
2. Воронцова, Е. А. Влияние интернета на формирование образовательных стратегий личности: система отношений «человек – монитор компьютера» [Электронный ресурс] / Е. А. Воронцова // Всероссийская научно-практическая конференция, посвященная применению информационных и коммуникационных технологий в образовании и науке. – Режим доступа: <http://birskin.ru/index.php/2012-02-07-11-31-02/44-4-----/199-2015-04-15-19-01-19>. – Дата доступа: 24.04.2015.

**УДК 070 (4/9)**

**В. Д. Выбарны, С. В. Венідзіктаў, С. І. Даніленка**  
*Магілёўскі інстытут Міністэрства ўнутраных спраў  
Рэспублікі Беларусь*

**СТРУКТУРА І ДЫНАМІКА  
ІНФАРМАЦЫЙНАГА СПАЖЫВАННЯ ЖЫХАРОЎ  
МАГІЛЁўСКОЙ ВОБЛАСЦІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ**

*У артыкуле асэнсаваны вынікі сацыялагічнага даследавання аўдыторым СМІ Магілёўскай вобласці Рэспублікі Беларусь. Пададзены аналіз структуры і дынамікі інфармацыйнага спажывання, адзначаны заканамернасці стаўлення да медыя ў розных узроставых, прафесійных і тэрытарыяльных групах.*

*Structure and dynamics of information consumption of Mogilev region population of the Republic of Belarus*

*The paper interpreted results of the media audience survey in the Mogilev region of Belarus. Analysis of the structure and dynamics of information consumption patterns observed in relation to the audience of different age, professional and regional groups.*

Сродкі масавай інфармацыі і камунікацыі не толькі распаўсюджваюць навіны і дапамагаюць арыентавацца ва ўмовах зменаў, але таксама ў значнай ступені могуць выконваць ролю арыентыру ў грамадскіх паводзінах. Таму значэнне мае не толькі канал інфармавання і падаваная інфармацыі, але і тое, наколькі дадзеная крыніца карыстаецца даверам з боку насельніцтва. Менавіта гэтыя пытанні магілёўскія сацыёлагі паспрабавалі прааналізаваць у ходзе сацыялагічнага даследавання, праведзенага Магілёўскім інстытутам рэгіянальных сацыяльна-палітычных даследаванняў у 2012 годзе.

Як паказваюць вынікі апытання, асноўнай крыніцай інфармацыі ўжо доўгагі час працягвае заставацца тэлебачанне (85,1 – далей у працэнтах).

Менавіта з яго большасць жыхароў вобласці атрымлівае інфармацыю аб падзеях, што адбываюцца ў свеце і краіне [1, с. 8; 3, с. 282].

Значнай папулярнасцю ў жыхароў вобласці працягваюць карыстацца і традыцыйныя друкаваныя выданні, у прыватнасці газеты (55,4). Пры гэтым жанчыны звяртаюцца да друкаванай прэсы некалькі часцей (62,4) за мужчын (47,8). Траціна рэспандэнтаў (33,0) рэгулярна слухае радыё. Варта адзначыць і той факт, што ў параўнанні з мінулымі гадамі інтэрнэт стаў яшчэ больш папулярным. Трэць удзельнікаў апытання важнай інфармацыйнай крыніцай называюць сацыяльныя сеткі, і амаль 24 адсоткі карыстаюцца для гэтага інфармацыйна-навінавымі сайтамі. Цікава, што дадзеныя сайты ў два разы часцей наведваюць мужчыны, чым жанчыны (29,1/18,8). Дзякуючы сябрам і знаёмым яны даведаюцца аб падзеях, якія адбываюцца [1, с. 8–9; 3, с. 282].

Адзначым, што інфармацыйныя паводзіны розных сацыяльных груп адрозніваюцца. Жыхары сельскай мясцовасці (68,8) і раённых цэнтраў (62,8) часцей за гараджан (46,3) атрымліваюць інфармацыю са старонак газет. Што тычыцца радыё, то тут некалькі іншая тэрытарыяльная аўдыторыя. Так сярод гараджан гэта 27,0, сярод жыхароў малых гарадоў і вяскоўцаў 36,5/43,5 адсоткаў. У жыхароў буйных гарадоў у параўнанні і з вёскай найбольш папулярнай крыніцай інфармацыі застаецца інтэрнэт, што ў першую чаргу звязана з яго большай даступнасцю (32,7/22,1) [1, с. 9].

У ходзе даследавання таксама была адзначана заканамернасць – рэспандэнты старэйшых узроставых груп у якасці крыніц інфармацыі пра падзеі ў краіне і свеце часцей аддаюць перавагу больш традыцыйным сродкам масавай інфармацыі, у прыватнасці: тэлебачанню, газетам, радыё (94,1/74,6/60,3). Моладзь за інфармацыйнай часцей звяртаецца (60,0) да новых сродкаў масавай інфармацыі і камунікацыі [1, с. 9; 2, с. 8; 3, с. 282].

Прыведзеныя даныя асаблівага здзіўлення не выклікаюць. Сучасная моладзь усё больш часу праводзіць у сетцы «сусветнай павуціны». Прадстаўнікі старэйшых узроставых груп у сілу не толькі ўзросту, але і адсутнасці ў многіх камп'ютара не маюць магчымасці інфармацыйнай асветы праз дадзеныя рэсурсы.

Можна адзначыць і цікавы факт. Больш за 70 адсоткаў чытачоў газет атрымліваюць інфармацыю праз звычайныя газеты і часопісы, а вось 25,7 – праз інтэрнэт-сайты розных газет і часопісаў. Працэс канвергенцыі СМІ (зліцця, інтэграцыі) інфармацыйных і камунікатыўных тэхналогій у адзіны інфармацыйны рэсурс стаў рэальнасцю ў беларускім медыярынку. Ён не абышоў бокам і чытачоў Магілёўскай вобласці. Сучасныя медыякампаніі пашыраюць свой спектр інфармацыйных і забаўляльных прадуктаў і выкарыстоўваюць пры гэтым «новыя» формы падачы медыяпрадукту: онлайн-газета, радыё ў інтэрнэце, вэб-тэлебачанне.

Што тычыцца розных крыніц інфармацыі і іх ролі ў працэсе асветы грамадзян аб розных палітычных і сацыяльна-культурных акцыях, арганізаваных ініцыятыўнымі грамадзянамі і грамадскімі групамі, то тут інфармацыйныя прыярытэты некалькі змяняюцца. Асноўнымі інфармацыйнымі рэсурсамі ў гэтым плане па-ранейшаму застаюцца тэлебачанне (54,1) і газеты (42,3). Далей некалькі іншы рэйтынг каналаў інфармавання: сябры і знаёмыя – 36,0; інтэрнэт – 35,1; сацыяльныя сеткі – 11,6; сваякі – 8,1; буклеты і ўлёткі – 5,9. А вось радыё як канал інфармавання – усяго 0,8 адсоткаў [1, с. 10; 4, с. 19–20].

Тэрытарыяльны аналіз дазваляе адзначыць розныя тэндэнцыі інфармацыйнай асветы ў жыхароў горада, раёна і вёскі. У цэлым можна адзначыць істотную розніцу ў крыніцах інфармавання гараджан і вяскоўцаў. Жыхары сельскай мясцовасці і раённых цэнтраў у якасці асноўных інфармацыйных рэсурсаў называюць тэлебачанне і газеты (70,7/61,6). Ёсць таксама і тыя, хто атрымлівае інфармацыю праз сяброў і знаёмых, Інтэрнэт. Але гэтыя крыніцы інфармацыі жыхарамі дадзеных тэрыторый выкарыстоўваюцца практычна ў два разы радзей за тэлебачанне і радыё. У сувязі з гэтым можна адзначыць, што з улікам таго, што ў краіне пераважаюць дзяржаўныя тэлебачанне і друкаваная прэса, вяскоўцы і жыхары раёнаў радзей сутыкаюцца з разнастайнасцю інфармацыі аб такіх падзеях, а таксама адносна яе ацэнкі. Тэрытарыяльная аддаленасць вяскоўцаў і жыхароў раёнаў ад такіх мерапрыемстваў, якія часцей праводзяцца ў буйных гарадах, не дазваляе ім сутыкацца з непасрэднымі ўдзельнікамі дадзеных падзей і іх відавочцамі. Адпаведна, сябры, знаёмыя і сваякі радзей выступаюць у якасці інфармацыйных асоб аб такіх мерапрыемствах для гэтых жыхароў (5,7/3,8).

Ацэньваючы дасведчанасць гараджан, варта адзначыць, што для іх асноўнай крыніцай інфармацыі выступае не толькі тэлебачанне (43,8), але не меншай папулярнасцю карыстаецца і інтэрнэт (43,8). Досыць вялікая колькасць чалавек (41,0) атрымліваюць цікавую для інфармацыі ад знаёмых і сяброў [1, с. 11; 2, с. 8–9].

Можна адзначыць і той факт, што для гараджан больш звыклым з'яўляецца атрыманне інфармацыі ад сваякоў, праз сацыяльныя сеткі, а таксама з буклетаў і ўлётак, што практычна не сустракаецца ў сельскай мясцовасці. Усе гэтыя асаблівасці інфармавання насельніцтва звязаны з асаблівасцямі гарадскога і сельскага ладу жыцця, што вызначае розны ўзровень сацыяльных сувязяў, і ўплываюць на выбары першасных і другасных каналаў інфармавання па розных пытаннях. У гэтым выпадку не апошняю ролю адыгрывае ўзровень даверу да крыніцы інфармацыі.

Аналіз сацыялагічных дадзеных дазволіў адзначыць, што не ўсе крыніцы інфармацыі карыстаюцца аднолькавым узроўнем даверу сярод насельніцтва. У ходзе даследавання магілёўскія сацыёлагі паспрабавалі высветліць у рэспандэнтаў ступень даверу да трох асноўных крыніц (Рэспубліканскія СМІ, Расійскія СМІ і інтэрнэт), праз якія фармулюецца ўяўленне жыхароў аб сучасных эканамічных і палітычных падзеях у Беларусі.

На думку апытаных грамадзян, імідж больш аб'ектыўнай крыніцы інфармацыі замацаваўся за інтэрнэтам (53,5). Вядома, такі інфармацыйна-камунікацыйны рэсурс досыць складана паставіць у адзін шэраг з канкрэтнымі расійскімі (33,9) або беларускімі сродкамі масавай інфармацыі (42,8) [1, с. 12; 2, с. 9]. Асноўнай прычынай з'яўляецца тое, што інтэрнэт спалучае ў сабе вялікую колькасць інфармацыйных крыніц, паходжанне якіх можна ідэнтыфікаваць як расійскае або беларускае, тым больш, што і першыя, і другія ў «сусветнай павуціне» прадстаўлены ў дастатковай колькасці. У дадзеным пытанні гаворка, перш за ўсё, ідзе пра тое, як, ацэньваючы дакладнасць інфармацыйнага рэсурсу, просты абывацель будзе ставіцца да атрыманай інфармацыі. У цэлым, інтэрнэт выйграе ў традыцыйных сродкаў масавай інфармацыі тым, што дае магчымасць большага выбару альтэрнатыўнай інфармацыі практычна па любым пытанні. Адпаведна, калі ў рэспандэнта з'явіцца неабходнасць пошуку патрэбнай інфармацыі або ацэначнай характарыстыкі інфармацыі розных СМІ, то з большай доляй верагоднасці ён звернецца менавіта да рэсурсаў інтэрнэту. Гэта ў чарговы раз даказвае неабходнасць «прысутнасці» ў сетцы розных арганізацый, груп і асоб, якія хочуць быць пачутымі і ўбачанымі. Менавіта новая інфармацыйная прастора і яе структура змянілі не толькі ролю інфармацыі ў сучасным свеце, але і яе значнасць. Усё гэта самым непасрэдным чынам паўплывала на паводзіны людзей і фармуляванне іх поглядаў.

Можна таксама адзначыць і тое, што калі ў ацэнцы расійскіх СМІ на прадмет іх аб'ектыўнасці інфармацый аб сацыяльна-эканамічных і палітычных падзеях у Беларусі істотных адрозненняў у гараджан і вяскоўцаў няма, то з беларускімі СМІ і інтэрнэтам сітуацыя некалькі іншая. Гэта можна прасачыць па ўзроўні ацэнкі аб'ектыўнасці беларускіх СМІ і інтэрнэту ў прадстаўнікоў розных тэрытарыяльных груп. Гарадское насельніцтва (54,1) лічыць больш дакладнай інфармацыю, якая даецца ў сетцы інтэрнэт. Сельскае насельніцтва ў большай ступені давярае больш традыцыйным СМІ (55,2). Што тычыцца ацэнкі аб'ектыўнасці рэспубліканскіх сродкаў масавай інфармацыі, мужчынскае насельніцтва вобласці некалькі больш крытычна настроена, у адрозненне ад жаночай аўдыторыі (37,5/47,7) [1, с. 12–13; 2, с. 8–9].

Розныя ацэнкі ў аб'ектыўнасці якая прадстаўляецца інфармацыі айчыннымі мас-медыя і Інтэрнэт рэсурсамі назіраюцца сярод узроставых груп.

Моладзь больш давярае інфармацыі Інтэрнэт рэсурсаў, якія адкрываюць шырокія магчымасці пошуку разнастайнай інфармацыі (59). Прадстаўнікі старэйшых узроставых груп (ад 50 да 60 гадоў) аддаюць перавагу атрыманню інфармацыі з традыцыйных крыніц (48,3/60,3). Адною з прычын такіх адрозненняў у ацэнках дадзеных крыніц можа з'яўляцца і тое, што сярод карыстальнікаў інтэрнэту больш дарослыя жыхары вобласці сустракаюцца на парадак радзей, чым моладзь. Адпаведна, калі чалавек не выкарыстоўвае ў прынцыпе дадзены інфармацыйны рэсурс, то ён не можа яго і ацаніць на прадмет аб'ектыўнасці пададзенай інфармацыі.

Структура інфармацыйнага рынку вобласці прадстаўлена як абласнымі, так і рэгіянальнымі сродкамі масавай інфармацыі. Варта адзначыць, што існуюць пэўныя адрозненні ў ацэнцы даверу насельніцтва да абласных і рэспубліканскім сродкаў масавай інфармацыі. Больш высокіх адзнак заслугоўвае рэспубліканскае тэлебачанне. Яму цалкам давяраюць 50,8 адсоткаў. Больш папулярная пазіцыя дадзенай крыніцы інфармацыі можа быць абумоўлена характарам і ўзроўнем інфармацыйнага вяшчання, а таксама больш шырокім ахопам аўдыторыі. Але калі ўлічыць, што рэспубліканскае тэле-радыёвяшчанне ажыццяўляецца большую частку сутак, а рэгіянальныя электронныя СМІ такой магчымасці не маюць і вымушаныя выкарыстоўваць адведзеныя гадзіны для інфармавання насельніцтва, то ў прынцыпе ўзровень даверу да апошніх можна ацаніць як досыць высокі. Адзначым і тое, што рэспубліканскае і абласное радыёвяшчанне карыстаецца таксама вялікай папулярнасцю (47,3/46,7), а, такім чынам, і узроўнем даверу ў старэйшых узроставых груп, у адрозненне ад моладзевай аўдыторыі. Прычыны такога становішча цалкам вытлумачальныя – радыё як інфармацыйны канал выкарыстоўвае, пераважна, першая сацыяльная група.

Адным з немалаважных пытанняў, звязаных з інфармацыйнай палітыкай у краіне, з'яўляецца ацэнка насельніцтвам рэалізацыі прынцыпу свабоды слова і галоснасці. Даследаванне паказвае, што насельніцтва не вельмі высока ацэньвае рэалізацыю дадзенага прынцыпу ў інфармацыйнай прасторы Беларусі. Так (31,7) жыхароў вобласці мяркуюць, што свабоды слова ў краіне няма або рэалізуецца часткова (49,1). І толькі 13,8 адсоткаў прытрымліваюцца альтэрнатыўнага пункту гледжання [1, з. 14; 2, с. 10].

Даючы адказ на гэтае пытанне, прадстаўнікі розных узроставых груп кіраваліся рознымі ацэнкамі сітуацыі. Моладзь ва ўзросце да 30 гадоў найбольш песімістычна ацэньвае магчымасці свабоднага выказвання прадстаўнікамі сацыяльнага інстытута журналістыкі ў нашай краіне.

Цікава таксама меркаванне рэспандэнтаў адносна таго, як уплывае на інфармаванне насельніцтва перавага дзяржаўных СМІ ў краіне. Меркаванні

грамадзян тут разыходзяцца. Можна вылучыць тры групы, роўныя па колькасці, якія прытрымліваюцца абсалютна розных поглядаў па гэтым пытанні. Першая група (25,5) мяркуе, што перавага дзяржаўных СМІ не дазваляе незалежным СМІ інфармаваць аўдыторыю. На думку іншай групы (25,2), такая сітуацыя спрыяе таму, што дзяржава маніпулюе грамадскай думкай. Трэцяя група (25,1) лічыць, што такім чынам фармулюецца інфармацыйная адказнасць СМІ перад грамадствам. І толькі кожны дзясяты падтрымлівае пункт гледжання, што гэта не дазваляе незалежным СМІ распаўсюджваць дэзінфармацыю [1, с. 11].

Такім чынам, структура інфармацыйнага рынку вобласці прадстаўлена як абласнымі, так і рэгіянальнымі сродкамі масавай інфармацыі. Варта адзначыць, што існуюць пэўныя адрозненні ў ацэнцы даверу насельніцтва да абласных і рэспубліканскіх сродкаў масавай інфармацыі. Аналіз сацыялагічных дадзеных дазволіў адзначыць таксама і тое, што не ўсе крыніцы інфармацыі карыстаюцца аднолькавым узроўнем даверу сярод насельніцтва. Адзначым таксама і тое, што і інфармацыйныя паводзіны розных сацыяльных груп адрозніваюцца паміж сабой.

### Спіс асноўных крыніц

1. Информационное пространство Беларуси как объект социологического анализа: региональный аспект : отчет о НИР / Могилевский институт региональных социально-политических исследований ; Н. Е. Лихачев. – Могилев, 2012. – 60 с. – № ГР20122130.

2. Отчет об итогах работы УКП «Могилевский институт региональных социально-политических исследований» (УКП «МИРСПИ») за 2012 год работы / Могилевский институт региональных социально-политических исследований ; Н. Е. Лихачев. – Могилев, 2012. – 14 с.

3. Выборный, В. Д. Влияние региональных СМИ на процесс формирования национального самосознания подрастающего поколения / В. Д. Выборный // Этнічная, моўная і культурная разнастайнасць у сучасным грамадстве. – Магілёў : МДУХ, 2014. – С. 281–285.

4. Выборный, В. Д. Могилевская региональная пресса и ее роль в жизни области / В. Д. Выборный // История, философия, политика, право : научные труды преподавателей гуманитарных дисциплин / Могилевский государственный университет продовольствия ; БИП – Институт правоведения. – Могилев, 2014. – Вып. 6. – С. 18–22.