

УДК 311

В. Д. Выборный

*профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института МВД,
кандидат исторических наук, доцент
(Беларусь)*

СМИ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ И ЯЗЫКОВОЙ РЕСУРС

В статье рассматривается динамика изменений в деятельности средств массовой информации как одного из составляющих информационных ресурсов. Анализируются источники получения информации: телевизионные передачи, материалы из газет, социальные сети в Интернете, информационно-новостные сайты и радио. Исследуются информационные и языковые предпочтения жителей Могилевской области.

Современное общество, вступая в контакт с различными социальными и политическими институтами, стремительно стало производить и накапливать любой вид информации. Информация и информационные технологии стали оказывать мощнейшее воздействие на все сферы человеческой деятельности, распространяя информационные потоки в обществе и образуя крупное информационное и языковое пространство. Основной частью всех этих процессов является информатизация общества. Необходимо отметить, что возрастающая конкуренция в информационной среде заставляет искать новые средства и механизмы для сохранения своего места в иерархии предпочтений потребителей.

Из каких же источников жители Могилевской области получают информацию о событиях в стране, мире и регионе проживания? Нам хотелось бы проанализировать динамику изменений получаемых жителями Могилевской области источников информации в последние годы, в частности в период с 2012 по 2020 год.

Согласно данным опросов, проведенных отделом социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство “Могилевские ведомости”», большинство опрошенных респондентов (62,7 %) узнают о последних событиях, произошедших как в Республике Беларусь, так и за рубежом, из телевизионных передач. Следует отметить, что в 2015 году таких респондентов было значительно больше — 90,1 %, а в 2012 году — более 92,0 %. Значительно снизилось (в 3,1 раза) число респондентов, которые получают информацию о событиях в стране, мире из газет (2020 год — 27,0 %; 2015 год — 83,9 %; 2012 год — 87,7 %) [1; 2].

Все более популярными среди жителей области становятся такие источники получения информации, как социальные сети в Интернете и

информационно-новостные сайты. Рейтинг этих источников поднялся на одну позицию вверх: с третьей и четвертой строчки на вторую и третью. Так, сегодня 56,4 % респондентов, посещая свою страничку в социальной сети, и 47,2 %, просматривая информационно-новостные сайты, получают информацию о происходящих в стране и мире событиях. Радио в рейтинге популярных источников информации как за 2015 год, так и 2020 год заняло только пятую позицию. Одновременно значительно уменьшилось количество респондентов, использующих этот источник информации, с 44,1 % до 17,4 %. Однако увеличилось число респондентов, у которых отсутствует интерес к происходящим в мире, стране, регионе событиям с 0,1 % до 3,4 %. Характерно, что такая тенденция начала уже просматриваться, по данным опроса Могилевского института региональных социально-политических исследований, еще в 2012 году [1; 2].

Проанализируем данные по опрошенным респондентам из крупных городов и районных центров области. Из каких источников получают информацию респонденты о событиях в мире, стране, регионе по месту опроса?

Наибольшее количество респондентов, которые получают информацию о событиях в стране и мире из телевизионных передач, проживают в Бельничском (84,6 %), Дрибинском (80,0 %) и Кличевском районах (79,6 %).

Газеты как источник информации больше всего используют респонденты в г. Бельниччи (45,6 %), в г. Краснополье (46,2 %) и в Дрибинском районе (43,8 %). В то же время прослеживается общая тенденция: чем крупнее город в области, тем меньше количество респондентов, читающих газеты. Наименьшее количество респондентов, читающих газеты, проживают в г. Бобруйске (15,8 %), г. Горки (16,1 %), г. Кличеве (15,7 %).

Информационно-новостные сайты и социальные сети чаще всего используют в качестве получения основной информации жители крупных городов, в частности: Могилева — 58,3 % / 54,1 % и Бобруйска 43,7 % / 65,0 % [2].

А из каких же источников получают информацию о событиях в мире, стране, регионе респонденты разных возрастных категорий Могилевской области?

Данные опроса 2020 года показывают, что респонденты старше 60 лет информацию о событиях в стране и мире узнают из телевидения — 83,0 %. Также старшая возрастная категория больше других предпочитает читать газеты — 52,7 %. В то же время только каждый третий участник опроса возрастной категории старше 60 лет использует социальные сети (31,5 %) и информационно-новостные сайты и порталы (36,4 %) для получения информации о событиях в стране и мире.

Больше всего получает информацию через социальные сети в Интернете молодежь в возрасте 16–29 лет — 81,8 %. Информационно-новостные сайты

чаще используют лица среднего возраста — 30–39 лет (59,5 %) и 40–49 лет (54,2 %).

Как и в прошлые годы, радио как источник информации менее популярен у населения. Различия в ответах респондентов среднего возраста не велики: 30–39 лет — 16,8 %, 40–49 лет — 19,0 %, 50–59 лет — 19,1 %. В то же время наибольшее количество респондентов, получающих информацию из радиосточника, относятся к категории от 60 лет и старше (29,7 %), а наименьшее в возрастной категории 16–29 лет — 7,2 %. Закономерно, что 5,9 % молодых респондентов в возрасте 16–29 лет вообще не интересуются такой информацией из этого источника. Это и понятно — в силу получения информации из других современных источников [2].

Таким образом, как показывают результаты социологического исследования 2020 года, телевидение по-прежнему остается основным источником информации для граждан. Печатные издания востребованы жителями области значительно меньше. Одновременно все более популярным источником информации становится сеть Интернет, в частности социальные сети.

Средства массовой информации: радио, телевидение, печатная продукция, Интернет — составляют сегодня основу современной коммуникации как процесса передачи информации и акта языкового общения между людьми. Целью этих средств является достижение взаимопонимания и формирование общих поведенческих установок. Эта особенность и направленность влияния современных массмедиа определяют высокую актуальность изучения воздействия данного социального института на жизнь общества.

Анализ общественного мнения респондентов Могилевской области 2020 года позволяет выявить многие аспекты социализирующего влияния СМИ и их коммуникативное воздействие на политическую и языковую культуру индивида, особенно молодежи. Так, при ответе на вопрос «Информацию из каких источников о событиях в мире и стране Вы считаете более объективной?» на первое место респонденты поставили сеть Интернет (55,3 %), на втором месте государственные телеканалы (46,0 %), на третьем — российские телеканалы (31,3 %), на четвертом — зарубежные телеканалы (11,9 %) [2; 3].

Следует отметить, что возрастные особенности респондентов оказывают самое непосредственное влияние на степень доверительности к тем или иным электронным средствам информации. Это можно проследить на основе ответов респондентов на вопрос: «Информацию из каких источников о событиях в мире и стране Вы считаете более объективной?» — по возрастному распределению. Наиболее эффективной информацией, полученной посредством сети Интернет, считают респонденты в возрасте от 16 до 29 лет (68,2 %). В то же время доверие к этому источнику закономерно снижается у старшей возрастной группы —

от 60 лет и старше — 28,5 %. Одновременно наблюдается обратная зависимость во второй по рейтингу позиции — государственные телеканалы. Наибольшее доверие к информации, транслируемой по белорусским национальным каналам, у старших возрастных категорий (66,7 %), тогда как в молодежной среде процент респондентов, выбравших данный вариант ответа, не велик (28,4 %) [1; 2; 4].

Таким образом, очевидным является тот факт, что информационные языковые предпочтения людей зависят от подготовленности к пользованию тем или иным видом электронных СМИ, наличия доступности к современному продукту, а также субъективного отношения. У старшего поколения, естественно, таких возможностей меньше, нежели у современной молодежи.

Как мы видим из ответов респондентов, средства массовой информации играют большую роль в жизни каждого жителя Могилевской области. Они обращаются к личности в совокупности ее социальных ролей — как к гражданину и семьянину, представителю социума в целом и жителю конкретного района. Содержание средств массовой информации охватывает все стороны связей человека с обществом и его подсистемами, все области общественных отношений, в которые включена личность. Поэтому сегодня важной задачей медиа в современном мире является поиск нового подхода к разной аудитории, независимо от возраста и привычных языковых способов получения информации. Жизнь сегодня меняется настолько стремительно, что люди с разницей в возрасте в 20 лет могут говорить во всех смыслах на разных языках [3; 4]. И задача современных медиа — найти подход ко всем представителям белорусского социума.

Какие важные задачи должны, по мнению респондентов, решать средства массовой информации? Распределение ответов выглядит следующим образом: 78,9 % указали на то, что СМИ должны оперативно и объективно информировать общество о происходящих событиях; 39,5 % отметили, что СМИ должны освещать вопросы, вызывающие общественный резонанс, и 37,1 % — интеллектуально развивать аудиторию и популяризировать белорусский язык и культуру. Заслуживает внимания мнение респондентов (36,5 %) о том, что СМИ должны давать возможность простым людям выразить свое мнение, свои взгляды. В то же время 33,9 % выразили мнение, что СМИ должны освещать только вопросы, связанные с государственным управлением. Далее респонденты Могилевской области указали на то, что СМИ должны проводить постоянные журналистские расследования деятельности органов власти (22,9 %) и предлагать компетентные комментарии сложных вопросов (22,7 %). Одновременно 22,4 % респондентов выразили мнение, что они должны способствовать развлечению и отдыху аудитории. А 12,3 % предложили проводить журналистские

расследования деятельности бизнесменов, частных лиц. Особого внимания заслуживает мнения респондентов (24,5 %), указавших, что для развития языковой компетенции населения СМИ должны использовать материалы на белорусском языке [2; 4].

Одной из острых в судьбе белорусского народа и его истории стоит проблема белорусского языка. Язык — это, возможно, самая большая часть культуры любого народа. В связи с этим нас интересовало мнение респондентов, о том на каком языке в средствах массовой информации русском или белорусском — они воспринимают лучше информацию. Это и понятно, ведь средства массовой информации выступают «лидерами» в популяризации языка среди населения. «Одинаково ли хорошо Вы воспринимаете информацию на русском и белорусском языках в средствах массовой информации?» — так был поставлен вопрос перед респондентами Могилевской области.

Каждый второй опрошенный респондент (58,8 %) одинаково хорошо воспринимает информацию на русском и белорусском языках. Однако большей процент среди участников опроса все же лучше понимают информацию на русском языке (40,2 %). Число тех, кто больше понимает белорусский язык, нежели русский, совсем небольшое — 1,0 %. Как показали результаты опроса 2020 года, жители крупных городов области в большей степени, нежели жители районных центров и сельской местности, лучше понимают русский язык (43,7 %, 40,1 % и 30,9 % соответственно).

А как же распределились ответы респондентов на вопрос: «Одинаково ли хорошо Вы воспринимаете информацию на русском и белорусском языках в средствах массовой информации?» — *по возрасту*? Как показывают результаты опроса 2020 года, прослеживается рост количества респондентов, которые одинаково хорошо понимают информацию на русском и белорусском языках. Количество растет по мере увеличения возраста респондентов: 16–29 лет — 50,4 %; 30–39 лет — 53,2 %; 40–49 лет — 60,1 %; 50–59 лет — 67,7 %; 60 лет и старше — 68,5 %. Для многих более понятна информация на русском языке: 16–29 лет — 47,5 %; 30–39 лет — 46,3 %; 40–49 лет — 39,9 %; 50–59 лет — 33,3 %; 60 лет и старше — 29,7 %. Но вот парадоксальная картина. В то же время для некоторых более понятна информация на белорусском языке: 16–29 лет — 2,1 %; 30–39 лет — 0,6 %; 40–49 лет — 0,0 %; 50–59 лет — 0,0 %; 60 лет и старше — 1,8 %. Исходя из полученных данных опроса, можно говорить о том, что молодежь меньше (в 1,36 раза) получает информацию из различных СМИ на белорусском языке. Такая тенденция просматривалась и по данным опроса 2012 и 2015 годов [1; 2; 4].

Поэтому сегодня в период глобального сотрудничества и отсутствия информационных барьеров перед белорусским государством стоит вопрос

сохранения родного 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, Всемирная паутина обладают необходимыми средствами для эффективной пропаганды национального белорусского языка, культуры, истории, традиций и обычаев белорусского народа.

Таким образом, как мы видим из ответов респондентов, средства массовой информации играют большую роль в жизни каждого жителя Могилевской области. Средства массовой информации являются важнейшими составляющими информационных и языковых ресурсов белорусского общества.

Результаты социологического исследования показывают, что телевидение пока по-прежнему остается основным источником информации для граждан Могилевской области. Большинство опрошенных респондентов узнают о последних событиях произошедших, как в Республике Беларусь, так и за рубежом, из телевизионных передач. Печатные издания менее востребованы жителями области. В последние годы значительно снизилось число респондентов, которые получают информацию о событиях в стране, мире из газет. Одновременно все более популярной как источник информации становится у населения сеть Интернет, в частности социальные сети и информационно-новостные сайты. Увеличилось и число респондентов, указавших, что для развития языковой компетенции населения СМИ необходимо более широко использовать материалы на белорусском языке.

1. Информационное пространство Беларуси как объект социологического анализа: региональный аспект : отчет о НИР / Могилев. ин-т регион. соц.-полит. исслед. ; рук. Н. Е. Лихачев. Могилев, 2012. 60 с. № ГР20122130. [Вернуться к статье](#)

2. 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 «Могилевские ведомости» ; рук. Н. В. Новикова. Могилев, 2020. 49 с. [Вернуться к статье](#)

3. Жизненные ориентации и социальные ценности молодежи Могилевщины в условиях трансформирующего общества : отчет о НИР / Могилев. ин-т регион. соц.-полит. исслед. ; рук. Н. Е. Лихачев. Могилев, 2012. 60 с. № ГР 20121639. [Вернуться к статье](#)

4. Жизненные ориентации и социальные ценности молодежи Могилевской области : отчет о НИР / Отдел социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство «Могилевские ведомости» ; рук. Н. В. Новикова. Могилев, 2018. 41 с. [Вернуться к статье](#)

V. D. Vyborny

The mass media as the informational and language resources

The article examines the dynamics of changes in the activities of the media as one of the components of information resources. Sources of information are analyzed: television programs, materials from newspapers, social networks on the Internet, information and news sites and radio. The informational and language preferences of the residents of the Mogilev region are investigated.