

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.