

УДК 316

В. Д. Выборный

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

ПЕЧАТНАЯ ПРЕССА КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье на основании данных социологических опросов рассматривается печатная пресса как источник информации для жителей Могилевской области. Анализируются мнения респондентов о причинах потери популярности этого источника массовой информации. Определяется круг почитателей печатных средств массовой информации, степень доступности печатных изданий и читательские интересы респондентов.

V. D. Vyborny

Print press as a source of information for residents of the Mogilev region

For a long time, the printed press, as a regular source of information for the residents of the Mogilev region, remained highly popular among the population. However, in recent years, the popularity of this media has declined significantly. At the same time, despite the loss of popularity, the circle of fans of this media still remains. The main reasons for the loss of popularity of this source of information in our opinion are that the newspaper is not as prompt in the presentation of information as television or the Internet, the lack of interesting forms of presentation of the material and the shortcomings of high-quality printing design of the printed publication.

Газета — регулярный источник распространения массовой информации. Появившись в обществе, она долгое время сохраняла высокую популярность среди населения. Это и понятно, потому что печатная пресса не только распространяет свежие новости и помогает читателям ориентироваться в изменяющихся условиях, но и также может использоваться в качестве манипулятора общественного поведения. Однако, согласно данным социологического исследования, проведенного в 2012 году Могилевским институтом региональных социально-политических исследований и в 2020 году отделом социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство “Могилевские ведомости”», популярность данного средства массовой информации (далее — СМИ) в последние годы значительно снизилась (примерно в 3,1 раза). Причина в том, что газета не так оперативна, на наш взгляд, в подаче информации, как телевидение или Интернет. Однако круг их почитателей, несмотря на потерю популярности, еще сохраняется, что подтверждается социологическим исследованием. Если в 2012–2015 годах

печатные СМИ занимали второе место в рейтинге основных источников информации о событиях в мире, стране [1; 2], то в 2020 году они закрепились уже только на четвертой позиции [3]. В 2020 году 27,0 % опрошенных респондентов считали этот источник популярным. В то же время в 2015 году таких респондентов было значительно больше — 83,9 %. При этом в 2012 году женщины обращались к печатной прессе несколько чаще (62,4 %), чем мужчины (47,8 %) [2].

Насколько часто читают моголевские респонденты печатные СМИ? Согласно данным исследования 2020 года, треть (30,4 %) жителей Моголевской области почти ежедневно читают прессу. Причем в большей степени это делают сельские жители (41,9 %). Следует отметить, что в 2012 году сельских жителей, которые ежедневно читали прессу, было значительно больше (68,8 %) [1; 2]. Знакомятся с содержанием печатных изданий несколько раз в неделю 26,5 % респондентов. 19,8 % листают газетные страницы хотя бы раз в неделю. 23,3 % берут газету в руки несколько раз в месяц. В то же время каждому второму участнику опроса (44,5 %) газетная информация совершенно не интересна. Это характерно в основном для жителей крупных городов (60,9 %) [3]. Это довольно высокий показатель числа тех, кто не жалуется периодическую печать.

А как часто читают респонденты разных населенных пунктов печатные СМИ? Отметим, что информационное поведение респондентов разных населенных пунктов отличается. Здесь четко прослеживается картина: сельчане просматривают печатные СМИ несколько раз в неделю чаще, чем горожане, — 41,9 % и 21,4 % соответственно; примерно раз в неделю — 28,4 % и 22,5 % соответственно; в то же время городские жители (32,6 %) чаще, чем сельчане (15,5 %), просматривают газеты несколько раз в месяц [3].

Среди опрошенных разных возрастных групп наибольшей популярностью пресса пользуется у 50–59-летних респондентов — 41,7 %. Используют этот источник информации ежедневно и лица от 60 лет и старше (41,4 %). Наименьшей популярностью печатные СМИ пользуются у лиц более младшего возраста: 16–29 лет — 10,7 % и 30–39 лет — 17,3 % [3].

Нас интересовало, каким образом респонденты осуществляют доступ к печатным изданиям. Так, согласно полученным данным 2020 года, половина респондентов (58,8 %) выписывают печатные издания в почтовом отделении, что очень удобно для них. Далее ответы распределились в следующем порядке: 26,3 % читают через Интернет сайты различных газет и журналов; 21,0 % респондентов предпочитают читать непосредственно печатное издание, а не его электронный вариант и поэтому приобретают интересующие издания в местах

их распространения. 18,6 % опрошенных респондентов читают печатные издания в библиотеке, по месту работы, а 5,7 % берут их у знакомых и друзей [3].

Результаты социологического исследования 2020 года свидетельствуют о том, что в разных типах населенных пунктов доступ к интересующим печатным изданиям имеет некоторые различия. Подавляющее большинство опрошенных жителей села (75,7 %) выписывают газеты и журналы в почтовом отделении, тогда как среди проживающих в крупных городах этот процент ниже (40,1 %). Горожане чаще других приобретают печатные издания в местах их распространения (29,9 %), как правило, это киоски ОАО «Могилевсоюзпечать», расположенные на многих остановках общественного транспорта. Это очень удобно для потребителей, чего в сельской местности нет. Читают печатные издания в библиотеках, по месту работы почти в одинаковой степени жители крупных городов и села — 20,9 % и 20,3 % соответственно. И только 14,2 % жителей райцентров читают печатные издания в библиотеках. У друзей и знакомых газеты и журналы берут 10,2 % жителей г. Могилева и г. Бобруйска, 3,2 % респондентов районных центров и 2,7 % — села. Каждый пятый житель крупного города и райцентров указал на приобретение печатных СМИ посредством принудительной подписки — 20,9 % и 23,9 % соответственно. Среди жителей села таковых оказалось почти 14 % [3].

Каждый читатель выбирает свою газету не только по красоте оформления. Немаловажную роль играет и содержание газетных изданий. Поэтому во время анкетирования у респондентов спросили о том, какие темы газет и журналов их интересуют больше всего. Вот мнение респондентов представителей разных типов населенного типа.

Согласно данным последнего исследования 2020 года, как жителей крупных городов, так и районных центров, и сельской местности более всего интересуют события, мероприятия области, района, города (75,4 %, 76,8 % и 79,7 % соответственно). Второе место занял интерес респондентов к политической ситуации в стране, на что указал каждый второй опрошенный житель райцентра (52,9 %) и села (51,4 %), а также почти каждый второй респондент из крупного города (46,5 %). На третьем месте оказались темы, затрагивающие социальные вопросы населения. Они интересны практически каждому второму респонденту из райцентров (40,0 %) и проживающему в крупном городе (44,4 %), а также каждому третьему сельчанину (35,8 %). Международные события и проблемы экономического развития волнуют практически в равной степени как жителей крупных городов и райцентров, так и респондентов села.

Согласно общему распределению, чуть в меньшей степени жителей Могилевской области беспокоят криминальные и молодежные проблемы (22,9 % и 20,6 % соответственно). Развлекательный и рекламный разделы интересны для

18,8 % респондентов, а 17,1 % опрошенных граждан являются любителями спорта. Проблемы экологии на страницах газет не оставляют равнодушными 15,5 % респондентов. А вот религиозная тематика привлекает внимание только у 5,9 % проанкетированных жителей Могилевской области [3].

А какие темы в печатных СМИ более всего интересуют респондентов разных возрастных категорий? В целом можно отметить, что респондентов всех возрастов (16–29, 30–39, 40–49, 50–59 и 60 лет и старше) газеты в первую очередь привлекают информацией о событиях и мероприятиях области, района, города (от 64,0 % до 81,2 %), политическая ситуация (от 38,7 % до 51,9 %), проблемы экономического развития (от 25,3 % до 42,1 %), а также социальные вопросы (от 37,3 % до 49,6 %). Однако, по сравнению с другими возрастными категориями, лиц в возрасте от 40 до 49 лет в большей степени интересует развлекательный раздел — 24,5 %. Этот раздел интересен и молодым людям в возрасте от 16 до 29 лет — 21,3 %. Спорт и криминальные проблемы в основном интересны читателям в возрасте от 30 до 39 (21,0 % и 33,3 % соответственно). Молодых людей от 16 до 29 лет больше всего интересуют молодежные проблемы (28,0 %). Менее всего респондентов всех возрастных категорий Могилевской области интересуют разделы экологии (от 15,8 до 17,3 %) и религиозная тематика (от 4,0 до 5,3 % соответственно) [3].

Распространяемые на территории области печатные СМИ делятся на российские, республиканские, областные, городские, районные и локальные издания предприятий или учреждений. Какие же печатные СМИ наиболее популярны среди населения Могилевской области? Данные опроса 2020 года показали, что самыми популярными являются республиканские газеты. Их читают 57,6 % респондентов области. Эти проценты не вызывают никакого удивления, если учесть, что подписка на эти газеты проводится в виде добровольно-принудительных акций. Городская пресса также нашла своих почитателей в лице 28,8 % респондентов. Областная периодическая печать интересует 35,5 % жителей области. Российские газеты предпочитают 9,0 % принявших участие в опросе респондентов. Каждый второй респондент области (49,0 %) проголосовал за районные газеты [3].

Какие же газеты чаще всего читают жители Могилевской области? Как показывают результаты исследования 2020 года в число наиболее читаемых входят газеты всех уровней: областные, городские, республиканские, российские. В пятерку наиболее часто называемых респондентами газет вошли: «Советская Белоруссия» — 34,2 %, «Могилевские ведомости» — 17,6 %, «Комсомольская правда» — 5,5 %, «Вестник Могилева» — 4,1 %, «Вечерний Могилев» — 3,1 % [3].

Подавляющее большинство печатных СМИ, распространяемых в области, носят общественно-политический характер. Они информируют читателей о последних событиях в стране и мире. Эти газеты имеют свое «лицо», свою более или менее постоянную читательскую аудиторию. Следует отметить, что в силу высокого разнообразия печатных изданий их процентные показатели почитателей относительно невысоки. Значительную часть из полученного в результате исследования списка занимают так называемые газеты по интересам, предлагающие бытовую тематику, развлекательный материал (как вкусно покушать, похудеть, обнаружить и вылечить болезнь, начать новую жизнь и т. д.). В основном их респонденты покупают случайно и нерегулярно. Находят своего читателя среди жителей области и чисто профессиональные газеты: «Настаўніцкая газета», «Медицинский вестник», «Железнодорожник», «Культура», журнал «Директор школы» и др. Практически в каждом районе жители активно читают и свою, местную газету.

Чего же не хватает, по мнению населения, газетам Могилевской области для повышения интереса аудитории? Самым популярным предложением, высказанным участниками последнего исследования 2020 года, было мнение об отсутствии интересной формы подачи материала. С этим согласны 20,4 % граждан. Отсутствие оперативности освещения происходящих событий беспокоит 14,3 % жителей области. Также, по мнению респондентов, современным газетам не хватает всестороннего освещения социально-политических событий Могилевщины (13,5 %), недостаточно материалов о «свежей жизни» области (13,3 %) и материалов критического характера (10,0 %). 9,8 % опрошенных респондентов беспокоит отсутствие простоты и доступности предлагаемых статей. Кроме этого важным упущением в работе редакций, по мнению участников опроса, являются недостатки качественного полиграфического оформления печатного издания (8,0 %). Одновременно беспокоит граждан Могилевской области компетентность авторов статей (5,9 %). Своими ответами респонденты как бы намекнули на наличие определенных проблем с профессиональным качеством статей (8,0 %) [3].

Говоря о печатных СМИ, в настоящее время невозможно не затронуть такую актуальную тему, как цифровая пресса. В последнее время в белорусском обществе популярно мнение о том, что онлайн-СМИ затмят печатную прессу. Если раньше люди пропускали свои остановки, уткнувшись в развороты газет и журналов, то сегодня мы все чаще начинаем поездку на работу или учебу с чтения изданий на наших смартфонах, планшетных компьютерах и прочих технических устройствах цифровой эпохи.

Поэтому нас интересовало и мнение респондентов, как они оценивают тенденцию отказа от печатных версий и переход в электронный формат.

По итогам проведенного опроса 2020 года каждый четвертый его участник затруднился ответить на поставленный вопрос (25,1 %). Мнения остальных респондентов примерно в равных долях разделились между теми, кто не против отказаться от печатных версий и перейти в электронный формат (39,6 %), и теми, кто против этого (34,3 %).

Таким образом, долгое время печатная пресса как регулярный источник информации для жителей Могилевской области сохраняла высокую популярность среди населения. Однако в последние годы популярность данного средства массовой информации значительно снизилась. В то же время, несмотря на потерю популярности, круг почитателей данного средства массовой информации еще сохраняется.

1. Выборный В. Д., Авсеенко Т. В. Особенности информационного потребления жителями Могилевской области // История, философия, политика, право : науч. тр. преподавателей гуманитарных дисциплин / Могилев. ин-т МВД Респ. Беларусь ; Могилев. гос. ун-т продовольствия ; БИП — Ин-т правоведения ; под общ. ред. В. Д. Выборного, А. А. Скикевича. Могилев, 2014. Вып. 8. С. 42–45. [Вернуться к статье](#)

2. Информационное пространство Беларуси как объект социологического анализа: региональный аспект : отчет о НИР / Могилев. ин-т региональных социально-политических исследований ; рук. Н. Е. Лихачев. Могилев, 2012. 60 с. № ГР. 20122130. [Вернуться к статье](#)

3. 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](#)