



УДК 32:070:004:056

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ О ПОЛИТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ СМИ

А.В. Россошанский

Саратовский государственный университет
E-mail: vil57@yandex.ru

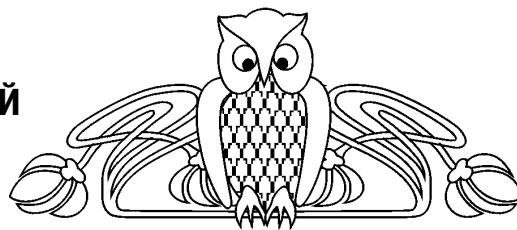
В статье рассмотрены основные представления жителей Саратова и Саратовской области о политической функциональности федеральных и региональных СМИ. Исследование основано на материалах социологического опроса, проведенного автором в 2009 г., и включает выявление уровня доверия российских граждан к различным СМИ, степень и характер интереса различных социальных групп к политической информации.

Ключевые слова: СМИ, общественное мнение, политические интересы, политическая функциональность СМИ, информационно-коммуникационные технологии.

Saratov Region Residents Public Opinion about Political Functionality of Mass-Media

A.V. Rossoshansky

In the article the basic ideas about political functionality of federal and regional mass-media, which the residents of Saratov and Saratov Region have, are considered. The investigation is based on the materials of the sociological survey, conducted by the author in 2009. It includes such items as to what extent Russian Residents trust different kinds of mass-media, how much the different social groups are interested in the political information.



Key words: mass-media, public opinion, political interests, political functionality of mass-media, informational communication technologies.

Политическая функциональность российских СМИ представляет собой одну из самых актуальных и противоречивых тем в обществоведческих исследованиях. Различные аспекты информационно-коммуникационного воздействия на общественное мнение рассматриваются в монографиях и статьях¹, им посвящены кандидатские диссертации политологов, социологов, философов и культурологов². Большинство исследователей данной темы акцентируют внимание на проблемах взаимоотношений СМИ и государства, а также манипулировании общественным мнением в сфере политики. Для того чтобы исследовать современное восприятие гражданами российских СМИ и их политической функциональности, в 2009 г. нами был проведен социологический опрос среди жителей Саратова и Энгельса. Выборка составила 482 человека.

На вопрос «Что для Вас является главным источником информации о событиях в области?» были даны следующие ответы (табл. 1).

Таблица 1

Что для Вас является главным источником информации о событиях в области?

Ваш возраст	Варианты ответов, %					Всего
	телевидение	газеты	радио	Интернет	Другое	
до 24	25,4(58,2)	13,6(5,5)	21,1(3,6)	56,7(30,9)	50,0(1,8)	29,0
25–34	22,2(65,9)	25,0(12,9)	5,3(1,2)	26,7(18,8)	25,0(1,2)	22,4
35–44	19,0(68,6)	15,9(10)	36,8(10)	11,7(10)	25,0(1,4)	18,5
45–54	16,3(73,2)	18,2(14,3)	21,1(7,1)	5,0(5,4)	0	14,8
55 и старше	17,1(74,1)	27,3(20,7)	15,8(5,2)	0	0	15,3

Как видно из материалов опроса, телевидение продолжает быть главным источником информации для большинства опрошенных. На второе место по значимости переместился Интернет, тогда как газеты опустились на третье место³. Анализ данных материалов показывает, что представители различных возрастных групп существенно различаются в указании основных источников информации. Так для молодежи до 24 лет телевидение играет меньшую роль, чем для всех остальных возрастных групп, но зато отмечается намного большая роль Интернета. Особенно примечателен тот факт, что эта группа почти не

читает газет (на данный источник информации указали лишь 5,5% респондентов). Телевидение и газеты более всего значимы для старшей возрастной группы, которая практически не пользуется ресурсами Интернета.

Материалы табл. 2 свидетельствуют о том, что наиболее устойчивый интерес к политической информации проявляют представители старшей возрастной группы (39,9%). Обусловлено это не только особенностями политической культуры, сформированной в советской системе в условиях тотальной идеологической индоктринации, но и тем, что у пенсионеров больше времени на



просмотр телевизионных передач, чем у других возрастных групп, озабоченных проблемами получения образования, трудовой деятельности, семейными проблемами, досугом и т.д. Вторая позиция возрастной группы до 24 лет (39,9%) объясняется тем, что значительная часть представителей данной группы являются студентами и учащимися, которые подвергаются целенаправленному воздействию учебных заведений как важнейших институтов политической социализации.

Кроме того, необходимо учитывать особую значимость для данной возрастной группы интернет-ресурсов, где политическая информация зачастую «вплетена» в информационные потоки самого различного рода и поэтому (хотя бы в минимальной степени) воспринимается независимо от целевых установок пользователя. Представляется, что с расширением сети пользователей данная особенность Интернета будет распространяться и на другие возрастные группы.

Таблица 2

Интерес различных возрастных групп к информации о политике, %

Ваш возраст	Как часто Вы смотрите новости, информационно-политические передачи?			Всего
	Постоянно	Иногда	Совсем не смотрю	
до 24	28,5(39,9)	30,1(51,4)	23,5(8,7)	28,7
25–34	17,1(33,3)	24,2(57,6)	17,6(9,1)	20,6
35–44	13,5(31,3)	19,1(54,2)	21,6(13,30)	17,3
45–54	14,5(35,9)	16,9(51,3)	19,6(12,8)	16,2
55 и старше	26,4(61,4)	9,7(27,7)	17,6(10,8)	17,3

Материалы табл. 3 показывают, что полностью доверяют политической информации в СМИ всего лишь менее 10% опрошенных. Это очень низкий показатель, свидетельствующий о наличии серьезных проблем во взаимоотношениях власти, СМИ и общества. Среди респондентов до 24 лет таких оказалось более всего – 8,0%. Объяснить это можно спецификой возраста и отсутствием жизненного опыта. Самый низкий показатель у возрастной группы 45–54 лет – 1,3%. Представители данного

поколения прошли первичную социализацию еще в советской системе, но затем прошли испытание в виде мировоззренческого разочарования сначала перестроечными целями и идеалами, а затем и радикально-либеральными. Это своего рода поколение «дважды обманутых» и потому никому не доверяющих. Кроме того, сейчас представители данной группы находятся в повышенной зоне риска, связанного со страхом оказаться без работы и без средств к существованию.

Таблица 3

Уровень доверия политической информации в СМИ, %

Ваш возраст	В какой степени Вы доверяете информации о политике в СМИ?					Всего
	полностью доверяю	доверяю, но критически осмысливаю	доверяю в минимальной степени	не доверяю совсем	затрудняюсь ответить	
до 24	44,0(8,0)	31,0(48,6)	23,6(25,4)	25,0(9,4)	29,3(8,7)	28,6
25–34	16,0(4,0)	19,0(41,4)	19,6(29,3)	23,1(12,1)	31,7(13,1)	20,5
35–44	20,0(6,0)	17,6(45,2)	17,6(31,0)	21,2(13,1)	9,8(4,8)	17,4
45–54	4,0(1,3)	16,7(46,2)	17,6(33,3)	17,3(11,5)	14,6(7,7)	16,2
55 и старше	16,0(4,8)	15,7(41,0)	21,6(38,6)	13,5(8,4)	14,6(7,2)	17,2

Ответ «доверяю, но критически осмысливаю» выбрали примерно от 40 до 50% опрошенных. Самый высокий показатель (48,6%) характерен также для представителей возрастной группы до 24 лет. Объяснить его можно тем, что данное поколение сформировалось и прошло политическую социализацию уже в рамках существующей общественной системы на основе плюрализма идеологий, мировоззрений, политических позиций и т.д. Это обстоятельство уже само по себе способствует выработке у молодежи установки на критическое осмысление существующих мнений, конкурирующих информационных, точек зрения, программ и обещаний.

Ответ «доверяю в минимальной степени» более всего характерен для представителей старшей возрастной группы (38,6%). В среднем каждый десятый опрошенный однозначно указал, что «не доверяет совсем» российским СМИ в политической информации. Примечательно, что эти данные хорошо коррелируются с материалами социологических опросов общероссийского уровня⁴.

Данные ответов на перекрестный вопрос о значимости различных СМИ в качестве основных источников новостей, приведенные в табл. 4, в целом хорошо соотносятся с материалами табл. 1. Например, они подтверждают тенденцию повышения значимости интернет источников для



респондентов молодежных возрастных групп, а периодической печати – для старшего поколения. Каких-либо существенных преимуществ региональных и центральных СМИ в освещении местных событий нами не выявлено. Думается, что это обусловлено во многом тем, что практи-

чески на каждом общенациональном канале есть сетка регионального вещания, в рамках которого комментируются все важнейшие новости (то же самое касается и общенациональных газет). Соответственно все местные СМИ постоянно обращаются к общероссийской проблематике.

Таблица 4

Из каких СМИ Вы обычно узнаете о последних событиях в нашей области (указать можно было любое количество вариантов)

Ваш возраст	Варианты ответов, %									
	Центр. газеты	Област. газеты	Мест. газеты	Центр. телевид.	Област. телевид.	Центр. радио	Обл. радио	Местн. радио	Интернет	Затр. ответ.
До 24	18,2	24,8	25,6	24,5	30,8	18,4	20,0	16,7	48,6	25,0
25–34	19,2	18,0	12,8	20,6	17,8	16,3	14,0	3,3	32,6	8,3
34–44	19,2	14,9	10,5	15,2	15,1	24,5	20,0	30,0	13,9	25,0
45–54	16,2	19,3	16,3	16,2	18,8	18,4	18,0	13,3	2,8	33,3
Старше 55	27,3	23,0	35,9	23,5	17,5	22,4	28,0	36,7	2,1	8,3

Анализ материалов табл. 5 позволяет сделать ряд интересных обобщений. Прежде всего, notable высокая степень доступности многообразия различных телевизионных каналов для всех возрастных групп жителей Саратова и Энгельса.

Данный плюрализм источников информации приводит к тому, что ни у одной возрастной группы нет абсолютных предпочтений какого-либо одного или нескольких каналов, их интересы рассредоточены среди многих информационных источников.

Таблица 5

Какие телеканалы вы смотрите чаще всего?

Ваш возраст	Варианты ответов, %											
	Первый	Россия	ТВ Центр	НТВ	РенТВ	ТВЗ	Культура	Спорт	ТНТ	СТС	Вести 24	ДТВ
До 24	25,8	20,3	11,3	22,8	35,4	23,8	17,0	36,5	40,9	48,9	37,9	26,7
25–34	18,9	16,7	13,2	23,7	28,3	26,2	11,0	21,2	29,6	27,4	17,9	10,0
34–44	18,3	17,4	17,0	22,4	17,2	9,5	20,0	15,3	15,1	13,3	18,9	20,0
45–54	16,9	20,7	39,6	16,4	10,1	21,4	26,0	16,5	11,3	7,4	14,7	23,3
Старше 55	20,1	24,9	18,9	14,6	9,1	19,0	26,0	10,6	3,2	3,0	10,5	20,0

Относительно стабильным для всех респондентов является интерес к двум центральным каналам, который колеблется в пределах от 16,7% и до 25,8%. Примерно на таком же уровне обозначен интерес всех возрастных групп к передачам каналов НТВ и ДТВ.

Более существенные различия имеются в отношении каналов РенТВ, Спорт, Вести 24. Если для старших поколений интерес к ним колеблется на уровне около 10%, то для молодежи до 24 лет – на уровне 36%. Но особенно велики расхождения в рейтинге каналов СТС и ТНТ. Почти 50% респондентов в возрасте до 24 лет указали на СТС как на ведущий источник информации, тогда как старше 55 – всего лишь 3%. В отношении ТНТ – 40,9 и 3,2% соответственно. Причиной тому является ориентированность большинства передач данных каналов на молодежную проблематику, которая не интересна представителям других возрастных групп, а нередко вызывает у них морально-нравственное предубеждение (например, отношение старшего поколения к передаче «Дом-2»). Резко негативное восприятие

отдельных передач вызывает соответствующее неприятие канала в целом.

В целом проведенное исследование позволяет констатировать, что большинство опрошенных функциональность СМИ понимают, прежде всего, через призму целенаправленного манипулирования общественным мнением. В результате такой трактовки у граждан формируется психологический барьер недоверия (в лучшем случае барьер критичности) к политической информации в СМИ. В условиях множественности информационных каналов данный психологический фактор становится одним из важнейших для большинства субъектов политики. Оппозиционные каналы, опираясь на этот фактор, стремятся укрепить недоверие к официальной политической информации за счет критики и «разоблачительных материалов». Однако и проправительственные СМИ также используют фактор подозрительности населения к СМИ в целом в свою пользу, формируя негативное отношение к критиканству либеральных оппозиционеров (как агентов западных интересов) и к популизму левых. Победителем становятся те



СМИ, журналисты которых преподносят свою информацию интереснее, оперативнее, более зрелищно и артистично.

Большое значение приобретает неполитическая составляющая программ электронных и печатных СМИ. Чем интереснее для зрителей содержание развлекательных, научно-популярных, познавательных и художественных передач, тем выше возможности данного информационного канала для целенаправленного политического воздействия на свою аудиторию. Не последнюю роль играет обаяние и артистические способности ведущих.

Особо следует отметить, что все возрастающее значение приобретает Интернет, как источник самой разнообразной и плюралистической информации, выбор и усвоение которой определяется самим пользователем. Как представляется, тенденция постепенного вытеснения роли печатных СМИ будет укрепляться. Пользователями последних станут в основном достаточно локальные группы «консервативных» потребителей информационной продукции, число которых будет неизбежно сокращаться. Уже сегодня многие печатные СМИ основную часть своих ресурсов переориентируют на электронные интернет-версии, активно используя свои наработанные бренды газет и журналов. Подобная тенденция уже обозначилась и для телевизионных каналов, которые все шире и активнее используют технологические преимущества соединения своей ресурсной базы с возможностями Интернета.

Думается, широчайшие перспективы Сети уже в ближайшее время приведут к тому, что станут ареной напряженной борьбы различных политических сил. В свою очередь это неизбежно вызовет появление новейших информационно-коммуникационных технологий формирования и использования общественного мнения для достижения определенных целей в политике.

Примечания

¹ См.: *Задорин И., Бузова Ю., Сюткина А.* СМИ и массовое политическое сознание: взаимовлияние и взаимозависимость // *Российское общество: становление*

демократических ценностей? / Под ред. М. Макфола и А. Рябова / Моск. Центр Карнеги. М.: Гендальф, 1999; *Русакова О.Ф., Максимов Д.А.* Политическая дискурология: предметное поле, теоретические подходы и структурная модель политического дискурса // *Полис*. 2006. № 4. С. 26–43; *Соловьев А.И.* Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // *Полис*. 2004. № 2. С. 124–132; *Он же.* Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // *Полис*. 2002. № 3. С. 5–18; *Тузинов А.Р.* Масс-медиа: идеология видимая и невидимая // *Полис*. 2002. № 5. С. 123–133; *Шевченко А.Ю.* Дискурс-анализ политических медиа-текстов // *Полис*. 2002. № 6. С. 18–23; *Юревич А.В.* Наука и СМИ // *Полис*. 2001. № 3. С. 63–71.

² См.: *Белова О.В.* Массовые политические коммуникации как фактор становления и развития гражданского общества в современной России: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Саратов, 2007; *Демушина О.А.* Регулирование взаимоотношений региональных институтов власти и средств массовой информации России и Германии: сравнительный анализ: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. Волгоград, 2009; *Ефимова С.С.* Механизм формирования общественного мнения о власти в современной России: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. – Саратов, 2007; *Зимин А.Е.* Взаимодействие государственной власти и средств массовой информации в современной России: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Ставрополь, 2005; *Исаева Л.Г.* Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Уфа, 2005; *Курдыбановский О.В.* Политические мнения в современной российской журналистике (по материалам СМИ Санкт-Петербурга): Автореф. дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2007; *Маркарян В.Р.* Влияние средств массовой коммуникации на электоральное поведение граждан в современной России: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2006; *Фетисова Ю.В.* Общественное мнение как социально-психологический фактор развития самоопределения избирателей: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2009.

³ По данным И.Д. Фомичевой, лидирующее положение газеты среди других каналов массовой коммуникации в России было утрачено в 1990-е годы. См.: *Фомичева И.Д.* Социология СМИ. М.: Аспект Пресс. 2007. С. 285.

⁴ См.: *Общественное мнение. Ежегодник–2004.* М., 2004. С. 78; *Фомичева И.Д.* Указ. соч. С. 302–303, 322.