

Борис ЗАЛИВАНСКИЙ

МУНИЦИПАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ВОСПРИЯТИИ ГОРОДСКОГО СООБЩЕСТВА

В статье приводятся результаты интерпретации материалов социологического исследования, посвященного изучению общественного мнения об эффективности средств массовой информации г. Белгорода.

The results of interpretation of sociological research devoted to the study of public opinion concerning efficiency of mass media of Belgorod city are presented in the article.

Ключевые слова:

средства массовой информации, муниципалитет, Белгород, социологический опрос; mass media, municipality, Belgorod city, sociological research.

В 2011 г. Центром социальных технологий Белгородского государственного национального исследовательского университета было проведено социологическое исследование, в ходе которого осуществлялся анализ популярности муниципальных СМИ и определялись неудовлетворенные информационные потребности городской аудитории.

Исследование было проведено по методике многоступенчатой квотной выборки на 27 территориях г. Белгорода, соответствующих городским избирательным округам. Общее число респондентов составило 2 700 чел. В качестве квотных признаков выступали пол и возраст респондентов. Полученные социологические данные обрабатывались с помощью программы «ДА-система»¹.

Анализ востребованности печатных средств массовой информации указывает на наибольшую популярность среди белгородцев газеты «Житье-бытье». Регулярно ее читают 12,26% участников опроса, периодически — 13,11%. Немногим менее востребованы «Белгородские известия» (10,11% и 10% соответственно). Реже всего горожане читают газету «Голос Белогорья» (1,15% и 1,78% соответственно). Газета «Наш Белгород» имеет средний уровень популярности среди читателей: 7,81% респондентов читают ее регулярно, а 7,59% — периодически. Но все же подавляющая часть горожан вообще никогда не читает местных газет.

Отметим, что факт лидерства газеты «Житье-бытье» весьма примечателен. Это издание имеет информационно-развлекательный характер и рассчитано на удовлетворение довольно простых (житейских) потребностей обывателей. Очевидно, именно такие потребности доминируют у белгородских потребителей СМИ, которые мало интересуются политикой или общекультурными проблемами, но воспринимают газету как своего рода «легкое чтение».

В качестве параметров, определяющих привлекательность местной прессы для белгородцев, были выбраны: своевременность информации, острота, достоверность, доступность для понимания, разнообразие публикуемых материалов, качество оформления издания, цена и тираж.

Выяснилось, что читатели газет более всего удовлетворены доступностью для понимания изложенной в них информации (более половины респондентов — 53,74%). В то же время удовлетво-

¹ Бабинцев В.П., Заливанский Б.В., Самохвалова Е.В. Отчет по итогам социологического исследования «Оценка эффективности муниципальных средств массовой информации города Белгорода». — Белгород, 2011.

ЗАЛИВАНСКИЙ

Борис

Васильевич —
к.соц.н., доцент
кафедры социальных
технологий
Белгородского
государственного
национального
исследовательского
университета
zalivansky@bsu.
edu.ru

ренность такими параметрами, как достоверность информации (30,56%) и острота публикуемых материалов (35,04%) существенно ниже.

Таким образом, исследование выявило, что белгородцев в настоящее время достоверность информации волнует значительно меньше, чем доступность и своевременность. В последнем случае муниципальные СМИ довольно часто уступают региональным и федеральным¹.

Полученное распределение ответов отражает тенденции, общие не только для России, но и для всего мира. Они связаны с двумя обстоятельствами. Во-первых, россияне все более привыкают жить в иллюзорном мире, где истина не является главной целью, она с успехом симулируется искусственным информационным воздействием. Во-вторых, информация для потребителей постепенно становится значимой лишь в ее прагматическом значении — возможности практического использования. Потому граждане так озабочены своевременностью сообщений. Несвоевременная информация оценивается ими как бесполезная.

Удовлетворенность параметрами отдельных печатных СМИ, очевидно, связана с ожиданиями их постоянной аудитории. Так, например, постоянные читатели газеты «Житье-бытье» в первую очередь ценят доступность для понимания (82,78%), а газеты «Наш Белгород» — своевременность информации (76,78%), что представляется вполне логичным.

Немногим более половины читателей обеих газет указали, что их устраивает разнообразие информационных материалов (65,56% среди постоянных читателей «Житья-бытья» и 62,09% — «Нашего Белгорода»), качество оформления (66,47% и 64,93%) и цена (67,98% и 65,88% соответственно). В то же время читатели газеты «Наш Белгород» чаще указывают на остроту (65,40% против 58,31% читателей газеты «Житье-бытье») и достоверность публикуемых материалов (53,55% против 47,73%). В меньшей степени по сравнению с постоянной аудиторией «Житья-бытья» их устраивает тираж (53,08% про-

тив 65,26%), что и понятно, поскольку, даже учитывая периодичность (2 раза в неделю), тираж газеты существенно проигрывает (10 100 экз. против 47 900 экз. «Житья-бытья» и 20 000 экз. других официальных газет Белгорода).

Таким образом, несмотря на тот факт, что безусловным лидером среди печатных белгородских СМИ является газета «Житье-бытье», относительно востребованы белгородцами и официальные печатные издания. В первую очередь, это обусловлено разницей в информационных предпочтениях горожан. В целом, читатели газет более всего удовлетворены доступностью для понимания представленной в них информации. В то же время по многим параметрам привлекательность местной прессы недостаточно высока, а следовательно, есть резерв для развития белгородского рынка печатных СМИ.

Основной читатель местной газеты — это, чаще всего, состоящая в браке женщина старшего возраста, пенсионер или работник бюджетной сферы с «условно средним достатком», имеющая высшее или незаконченное высшее образование.

Среди телевизионных каналов в рейтинге зрителей лидирует телеканал «Вести-Белгород». Более половины респондентов смотрят его практически ежедневно (50,59%). При этом предпочтение данному телеканалу телезрители отдают практически независимо от пола, возраста, образования, рода занятий и уровня дохода. Телеканал «Белый город» является аутсайдером опроса. Лишь 21,26% обращаются к нему ежедневно.

Основные причины, из-за которых горожане отказываются от просмотра местного телевидения, одинаковы, независимо от конкретного телеканала. К ним относятся: предпочтение иных каналов и неудобное время трансляций.

Телевизионные средства массовой информации, так же как и печатные, чаще других востребованы самой младшей и самой старшей категориями населения. В то же время опрос дает основание утверждать: в целом белгородские телепрограммы малоинтересны, в основном потому что недостаточно конкурентоспособны и транслируются в неудобное для потенциальных зрителей время. В результате каждый третий участник опроса указал, что предпочитает другие каналы

Основным телезрителем местных теле-

¹ Медиафорум: Проблема муниципальных СМИ в нехватке оперативности. Конференция «Перспективы развития региональных и муниципальных СМИ Уральского федерального округа» // <http://permkrai.er.ru/news/2011/6/29/mediaforum-problema-municipalnyh-smi-v-nehvatke-operativnosti>.

каналов, независимо от пола, является состоящий в браке белгородец самой старшей категории – пенсионер, либо самой молодой – студент, рабочий, работник бюджетной сферы с «условно средним достатком», имеющий высшее или незаконченное высшее образование.

Объем аудитории радиослушателей значительно меньше, чем телезрителей. Радиопрограмму «Новости Белого города» с той или иной частотой слушают 38,67% участников опроса. Примерно лишь каждый десятый (12,93%) является ее постоянным слушателем.

Таким образом, белгородское радио недостаточно востребованно горожанами в качестве постоянного источника информации. Его основным слушателем, независимо от пола, является состоящий в браке белгородец с «условно средним достатком» скорее самой старшей категории – пенсионер либо рабочий, работник бюджетной сферы, имеющий высшее или незаконченное высшее образование.

Востребованность среди населения белгородских интернет-ресурсов значительно ниже, чем иных средств массовой информации. К информации, размещенной на интернет-портале «Белновости», с той или иной степенью регулярности обращаются 31,29% опрошенных, но постоянно это делают только 8,59% респондентов. Практически с такой же частотой пользователи Интернета обращаются к ресурсам информационного агентства «БелРУ» – 29,82%. Менее востребованным является портал агентства «Медиаатрон» – 19,3%.

Удовлетворенность содержанием интернет-порталов среди постоянных пользователей находится на довольно высоком уровне. Так, среди регулярных посетителей ресурса «Белновости» 84,05% в той или иной степени удовлетворены его содержанием. Сопоставимые показатели наблюдаются среди посетителей порталов «БелРУ» (79,75%) и «Медиаатрон» (75%).

Среди тех, кто не удовлетворен информационным содержанием интернет-порталов, почти каждый третий указывает на недостаток информации (29,79%), а почти каждый четвертый – на не достоверность информации (24,11%).

Таким образом, местные интернет-источники информации пока уступают по размеру аудитории печатным и телевизионным, однако имеют растущий потенциал, т.к. в основном их используют

молодые белгородцы с высшим или незаконченным высшим образованием.

Основным пользователем местных интернет-ресурсов, независимо от пола и семейного положения, является белгородец в возрасте от 18 до 29 лет, скорее студент с «условно средним достатком», имеющий высшее или незаконченное высшее образование.

В рейтинге доверия к различным источникам, предоставляющим информацию о деятельности органов местного самоуправления и городской жизни, безусловным лидером является телеканал «Вести-Белгород» (63,23% респондентов в той или иной степени ему доверяют). В целом, телевизионные каналы имеют более высокий уровень доверия, чем другие источники информации. Обусловлено это, очевидно, охватом ими более широкой аудитории.

В сравнении с телевизионными, печатным средствам массовой информации белгородцы доверяют гораздо реже. Среди своих аудиторий большим доверием пользуются газеты «Житье-бытье» (30,44% доверяют ей в той или иной степени) и «Белгородские известия» (30,33%). В то же время среди читателей даже этих изданий практически половина затруднилась ответить на вопрос о доверии. Возможно, это не столько свидетельствует о низком качестве информационных материалов, сколько является следствием нежелания и неспособности читателей анализировать получаемую информацию.

В рейтинге доверия к интернет-источникам лидирует информационное агентство «БелРУ» – его информации о деятельности органов местного самоуправления и городских событиях в той или иной степени доверяет практически каждый четвертый пользователь сети. Немного отстает по показателю доверия интернет-портал «Белновости» (23,07% респондентов, доверяющих ему в той или иной степени).

Степень удовлетворенности горожан получаемой информацией наиболее высока в случае ознакомления с материалами о культурных мероприятиях (67,81%), происходящих в городе значимых событиях (63,67%). Менее всего респонденты удовлетворены получаемой информацией о работе городского Совета депутатов (35,11%), решениях, принимаемых органами местного самоуправления (37,59%), работе Советов территорий (29,85%).

Таким образом, телевизионные средства массовой информации пользуются большим доверием у белгородцев, нежели печатные, радиовещательные и Интернет. Вероятно, это связано не только с качеством информационных материалов, но и с возможностями телевидения по охвату большей аудитории. Менее всего в белгородских СМИ горожан устраивает информация о деятельности органов местного самоуправления, что, несомненно, является показателем наличия серьезных проблем в информационно-аналитическом обеспечении муниципального управления.

Каждого второго респондента (50,22%), независимо от пола, возраста, образования и, в большинстве случаев, рода занятий и уровня дохода, интересуют реальные результаты деятельности мэра г. Белгорода. Многие хотели бы иметь возможность ознакомиться с информацией о планах развития города, реализуемых под руководством мэра (35,70%), и мерах, предпринимаемых им по борьбе с коррупцией в муниципалитете (25,37%).

Менее всего респондентов интересует информация о его семейном положении, увлечениях и интересах, а также об организации рабочего дня сити-менеджера.

Тревогу вызывает то, что значительную часть опрошенных (20,85%) вообще не интересует деятельность мэра. Это может быть признаком пассивности многих горожан, неготовности их участвовать в жизни муниципалитета, а также свидетельством разочарования в деятельности местных властей. В целом, можно констатировать: почти четверть белгородцев не демонстрируют хотя бы формальную заинтересованность в работе мэра.

Большая часть участников опроса (40,59%) по понятным причинам хотели бы ознакомиться с отчетами депутатов горсовета об исполнении наказов избирателей через средства массовой информации. Каждый четвертый респондент хотел бы знать о личном вкладе депутатов в решение проблем города (24,81%), а каждый пятый – о решениях, принимаемых на сессиях (22,11%).

Сразу несколько муниципальных проектов и программ вызывают почти равнозначный интерес белгородцев. К ним относятся: поддержка семьи (25,37%), охрана и укрепление здоровья (22,93%), ремонт жилья (22,04%), поддержка пожи-

лых (21,67%) и обеспечение безопасности горожан (20,85%). Однако поддержка детей и молодежи вызывает особый интерес практически у трети (34,73%) опрошенных респондентов.

Менее всего белгородцев интересуют проблемы экологии, поддержка предпринимательства и, что весьма существенно, развитие общественного самоуправления. Последнее обстоятельство является свидетельством низкой заинтересованности жителей городского округа в общественном участии, отсутствия желания самим решать свои актуальные проблемы.

Среди проблем, беспокоящих жителей Белгорода, практически независимо от их пола, возраста, образования, рода занятий, семейного положения и уровня доходов, безусловно, лидируют: рост цен на товары и услуги (более половины опрошенных – 57,04%) и качество и доступность услуг ЖКХ (46,33%). Каждый четвертый хотел бы, чтобы в средствах массовой информации были освещены проблемы занятости (24,56%) и коррупции в муниципальных органах (23,37%).

Перечень проблем вполне ожидаем. Но, отмечая это, укажем на довольно высокий интерес к вопросам коррупции, что, безусловно, свидетельствует об актуальности данной проблемы для белгородцев.

В настоящее время основные претензии к средствам массовой информации, высказываемые респондентами, носят различный по содержанию характер. Одних респондентов не устраивает излишняя политизированность СМИ (13,44%). В то же время другие отмечают отстраненность СМИ от важных общественных проблем (12,15%). Некоторые считают, что у муниципальных СМИ нет собственной позиции по указанным проблемам (11,11%). Многие респонденты (36,37%) указали на отсутствие претензий к СМИ, и, кроме того, 26,37% участников опроса затруднились с оценкой. Однако вряд ли это свидетельствует о безупречной работе СМИ, скорее о нежелании части граждан критически мыслить и подвергать глубокому анализу содержание получаемой информации.

На основе материалов исследования можно говорить о тенденции к снижению уровня запросов белгородцев к средствам массовой информации. Интерес к ним приобретает все более устойчивый потребительский характер. В СМИ для пре-

обладающей части населения важными являются материалы бытового характера, информация о возможности решить житейские проблемы, программа телепередач и т.п. Публикации, отличающиеся глубоким содержанием, становятся все менее и менее востребованными. Более того, снижается потребность в объективной информации. Данная тенденция характерна и для медийного пространства в общероссийском масштабе¹.

Горожане высказывают и конкретные претензии к СМИ. В отношении печатных СМИ – это отсутствие остроты публикуемых материалов, и в ряде случаев – недостоверность информации. Время выхода в эфир передач местных каналов не всегда удобно телезрителям, к тому же местному телевидению пока еще сложно конкурировать с устоявшимися предпочтениями зрителей в выборе телеканалов. Несмотря на довольно высокую степень удовлетворенности содержанием белгородских интернет-порталов, пользователи сети

часто указывают на недостаток информации и ее недостоверность.

В ходе исследования выявлены ключевые приоритеты горожан в выборе информационных тем муниципальных СМИ. Жители Белгорода хотели бы, в первую очередь, ознакомиться с реальными результатами работы мэра, планами развития города, отчетами об исполнении наказов депутатами городского Совета, их личным вкладом в развитие города. Потребители заинтересованы в получении информации о поддержке детей, молодежи и семьи, публичном обсуждении проблем роста цен и качества услуг ЖКХ.

Общими недостатками, характерными для всех видов муниципальных средств массовой информации, по мнению аудитории, является их излишняя политизированность, отстраненность от решения важных общественных проблем и отсутствие собственной позиции по данным проблемам. Именно на эти проблемы должны обратить свое внимание как представители муниципальных средств массовой информации, так и органы местного самоуправления г. Белгорода.

¹ Самгин Ю.А. Средства массовой информации – системообразующий компонент единого информационного пространства // Правовая информатика, 2012, № 1, с. 50–52.