

## ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ НАГРУЗКА ТЕЛЕВИДЕНИЯ КАК СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

*Ролдугина Алена Андреевна*

*Студент (бакалавр)*

Липецкий государственный технический университет, Липецк, Россия

*E-mail: lubimka1509@mail.ru*

На сегодняшний день основы нравственности и духовности формируются в процессе социализации самыми разнообразными путями. В условиях современного информационного общества наиболее влиятельными факторами воздействия на личность становятся средства массовой информации, становится актуальной потребность в тщательном изучении и контроле наиболее востребованного источника информации - телевидения. Проблема места и роли телевидения в жизни региональной аудитории остается недооцененной, хотя именно эта проблема позволяет наиболее точно определить направление духовного развития или же регресса.

Для исследования данной проблематики было проведено социологическое исследование методом анкетирования, полевой этап которого проводился с марта по июль 2014 года по многоступенчатой квотно-районированной выборке. Полученные мнения липецкой молодежи о современном телевидении оказались достаточно многогранными и обширными, и для лучшего анализа исследования мы рассмотрели их с позиций индивидуального и общественного уровней.

Так, на индивидуальном уровне место телевидения в досуговых предпочтениях липчан неоднозначно, телевидению отведено одно из последних мест в рейтинге, но при этом 81% ответивших являются постоянными телезрителями, проводят у экранов телевизора не менее 4 дней в неделю, около 3 часов в день.

Среди приоритетных целей просмотра телевизора липчан лидирующие позиции занимают: развлечение - 31,7%, получение информации - 29,6% и заполнение пространства во время деятельности - 28,7%, т.е. фиксируются одинаково востребованные потребности в наличии развлекательных программ для отдыха и информатизации, а также выделяется новая потребность - в фоновом сопровождении деятельности.

Характерной особенностью липецкой телеаудитории является приблизительно однородное распространение таких способов телесмотрения как фоновое смотрение (35,7%), зашпинг (21,9%) и внимательный просмотр (29,1%), основными причинами которых являются половозрастные и профессиональные характеристики опрошенных. Телесмотрение мужчин отличается большей рациональностью. Основной целью у них является получение информации, а соответственно - внимательный просмотр и восприятие телепрограмм с точки зрения их информативной нагрузки. Специфика женского просмотра телевизора такова, что в основе - приятное времяпровождение, и как следствие - предпочтение фонового смотрения. В отношении занятости, трудоустроенные группы респондентов ставят во главе информатизацию; учащиеся выдвигают на первый план просвещение и социализацию; остальные группы - развлечение. Предпочтения по тематике телепередач у опрошенных распределились следующим образом: 66% указали на фильмы; 32% выбрали информационные передачи; 26% - музыкальные передачи; 36% - научно-познавательные передачи; 39,4% - развлекательные телепередачи; спортивные телепередачи - 15% и 19% - мультфильмы.

Самыми популярными телеканалами среди молодежи г. Липецка является «ТНТ» (25,7%) и «СТС» (23,2%), далее - «Пятница» (17,7%), «Ю» (12,5), кабельные каналы

(11,7%), «Первый канал» (11,3%), т.е. телеканалы с преимущественно развлекательной направленностью. Что касается мнения о содержании телеэфира, то региональному телезрителю не хватает: фильмов, научно-познавательных передач, информационных передач. 14% опрошенных содержание телеэфира устраивает и 9% из них высказались, что эфир перенасыщен развлекательными программами. Предпочтения по наполнению телеэфира показывают, что для регионального телезрителя одинаково важными остаются как развлекательная, фоновая функции, так и информационная.

По мнению большинства респондентов, телевидение должно быть направлено на патристичное воспитание детей и подростков- 49% респондентов; 28% ответивших считают, что приоритетны интеграция российского общества; для 19% опрошенных телевидение должно стремиться к созданию универсальной индустрии развлечений; 7,3% предпочли курс на поднятие рейтингов и кассовость.

Но мнение о фактической ситуации существенно отличается: 81,7% опрошенных приоритетным направлением современного отечественного телевидения признали поднятие рейтингов и кассовость, 17% полагают, что это создание универсальной развлекательной индустрии, 5,1% респондентов придерживаются мнения, что главная цель - пропаганда, навязывание ценностей.

Проанализировав полученные данные, можно констатировать, что общественный уровень и его функционирование идентифицируется как бизнес-структура или развлекательная индустрия, нацеленная на получение прибыли любыми путями, зачастую пренебрегающая моральными ценностями и оказывающая пагубное влияние на формирование ценностных ориентиров подрастающих поколений.

По мнению опрошенных, идеальным вектором деятельности телевидения должен быть следующий: информирование по мнению 39,5% опрошенных, просвещение для 24,1% липчан, развлечение для 25% ответивших, искусство для 10% респондентов, одновременно развлечение и информирование для 7% ответивших.

Раскрывая функциональную нагрузку телевидения как социального института, можно сделать следующий вывод: идеалом является телевидение как источник информирования населения, главная цель которого грамотное воспитание талантливой личности. Фактическая ситуация, по оценкам представителей липецкой молодежи, такова, что информационная функция реализуется недостаточно, также как интегративная и просветительская, а рекреативная функция отмечена как избыточная настолько, что увеличение количества развлечений в телеэфире вызывает отторжение у аудитории. Таким образом, липчане видят в телевидении потенциальный мощный агент социализации, но эта потребность не реализуется.

### Источники и литература

- 1) Бондаренко М.Н. Роль телевидения в социо-культурном пространстве: региональный аспект // Материалы молодежного международного форума «Ломоносов-2014»/ Подсекция «Социология»
- 2) Ковалев П.А. Молодежная аудитория телевидения // Знание. Умение. Понимание. 2006. №1. С.178-181