

Отсюда следует неутешительный вывод, что вещание районного радио по проводной сети существует вне системы радиовещания Республики Беларусь, следовательно, необходим поиск новых форм освещения региональной тематики, а также формирование целостного вещания Первого национального канала Белорусского радио. Республике нужен единый общественно-политический радиоканал, датируемый государством, который бы смог реализовывать весь спектр социальных функций радиовещания, так как далеко не каждая радиостанция имеет коммерческий потенциал. А для удовлетворения потребности в региональной информации можно создавать локальные FM-радиостанции, используя опыт и методику обмена информацией и создания тематических программ, наработанный МГТРК «Мир».

Все элементы системы радиовещания должны совместными усилиями формировать единое информационное пространство, реализовывать весь спектр функций и иметь необходимые организационные отношения.

Литература

1. Система средств массовой информации России / под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2003 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=startdown&id=138. – Дата доступа: 01.09.2014.
2. Статистика // Министерство информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.mininform.gov.by/ru/statistica-ru/>. – Дата доступа: 11.09.2014.

Ирина Лашук

Белорусский государственный университет

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА БЕЛОРУССКОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ АУДИТОРИИ: ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Вторая половина XX – начало XXI века отмечены событиями, которые значительным образом трансформировали современную социокультурную реальность. Речь идет о появлении и развитии новых информационных технологий и о формировании информационного общества. Актуальным является обеспечение граждан информацией, носящей как познавательный, так и развлекательный, коммуникативный характер. Телевидение, являясь самым доступным средством массовой

інфармацыі, забяспечвае большасць людзей сведзеннямі з усіх абласцей чалавеческай дзейнасці і тым самым уплывае і на культуру ў сучасным беларускім грамадстве. Як паказаў апытанне, праведзенае Інстытутам сацыялогіі НАН Беларусі ў 2010 годзе, трэць жыхароў нашай краіны звычайна атрымліваюць інфармацыю дзякуючы тэлебачанню (94,2 %). На другім месце пріорытэтнымі з усіх даступных сродкаў масавай інфармацыі з'яўляюцца перыядычныя выданні (52,4 %) (рис. 1).

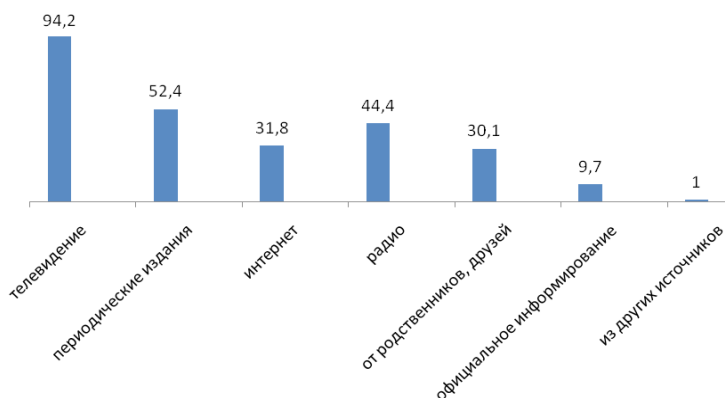


Рис. 1. Степень популярности разных источников информации среди жителей Беларуси, %

Одной из задач проведенного социологического исследования являлось изучение основных характеристик информационной культуры населения. Как показали полученные результаты, информацией культурной тематики интересуется лишь 2,8 % респондентов. Причем таких интересующихся больше среди представителей среднего возраста (30–39 лет). В других возрастных группах мы можем наблюдать иную картину: например, в возрасте 20–29 лет этой сферой заинтересованы 41,1 %, среди них мужчины (23,8 %). Именно в этом возрасте происходит становление личности, и молодые люди больше заинтересованы в построении карьеры, а значит стараются быть в курсе изменений, происходящих во всех сферах жизни общества, в том числе и культуре. Результаты социологического опроса показали: чем старше становится человек, тем меньше его интересуют культурные новости. Пожилых людей волнует больше социально-экономическое и политическое состояние нашего государства, т. к. они беспокоятся за будущее своих детей,

внуков и не уделяют времени для просмотра телепередач культурной тематики, мало интересуются культурными новшествами современного общества (рис. 2).

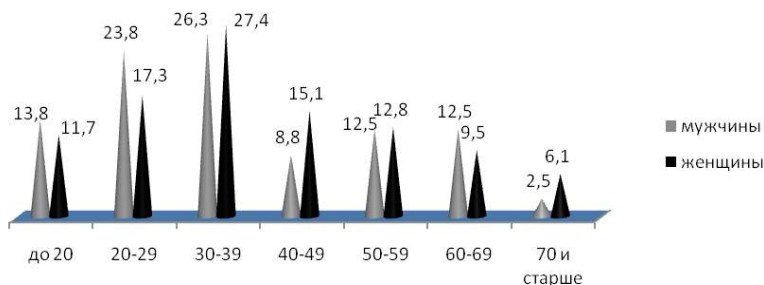


Рис. 2. Предпочтения в получении информации культурной тематики, %

Как показали результаты проведенного социологического исследования, большинство белорусской телевизионной аудитории интересуют кинофильмы и сериалы (57,2 %). На втором месте по тематическим предпочтениям располагаются новостные программы (44,5 %). Меньше всего население страны интересуется глобальными и межнациональными вопросами, а также проблемами местного самоуправления.

Таким образом, ведущую роль в формировании информационной культуры в современном белорусском обществе продолжает играть телевидение. В ходе проведенного социологического исследования зафиксировано, что белорусская телевизионная аудитория ориентирована в большей степени на кинофильмы, сериалы и развлекательную информацию.

Анна Лебедева

Белорусский государственный университет

ИНФОРМАЦИОННЫЙ КОНТЕНТ РАДИОСТАНЦИИ «МВ-РАДИО»

Для более детального рассмотрения данной темы в первую очередь обратимся к определению понятия «контент». К примеру, согласно Большому энциклопедическому словарю, «контент (лат. content – содержание), информационное наполнение сайта – тексты, графическая,