

ТЕЛЕПРОГРАММА КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СОСТОЯНИЯ ОБЩЕСТВА

Квардицкая Анастасия Эдуардовна

студент, Российский государственный социальный университет, РФ, г. Москва

TV PROGRAM AS AN INDICATOR OF SOCIAL AND CULTURAL STATE OF SOCIETY

Anastasia Kvarditskaya

Student, Russian State Social University, Russia, Moscow

Аннотация. Телевидение в настоящее время теряет свою актуальность, поскольку интернет-ресурсы выходят на пьедестал и занимают немалую долю в информационном пространстве. Однако стоит заметить, что для маленьких городов местное телевидение играет большую роль и оказывает влияние на состояние общества через программы, транслирующиеся на городских каналах. Житель города получает основную информацию из официальных источников и может реагировать на происходящее в полной степени. В связи с этим, множество событий, происходящих в городе, не остаются без внимания и являются первостепенным информационным источником в качестве телепрограммы. В статье была рассмотрена специфика городской телепрограммы, которая не только оказывает влияние на аудиторию, но и является элементом обратной связи с обществом, что, в свою очередь, позволяет почувствовать настроение и состояние население в данный момент.

Abstract. Television is currently losing its relevance, as Internet resources go to the pedestal and occupy a considerable share in the information space. However, for small towns, local television plays an important role and influences on the state of society through programs broadcast on city channels. A resident of the city receives basic information from official sources. In this regard, many events taking place in the city do not go unnoticed and are the primary informational result as a television program.

The article examined the specifics of the city television program, which are not only affect the audience, but also the elements of feedback from the society, which, in turn, allow you to feel the mood and condition of the population at the moment.

Ключевые слова: информационное сопровождение, социум, социальный проект, программа, каналы, информация, общество, культура, медиа-пространство, телевидение, развитие.

Keywords: information support, society, social project, program, channels, information, society, culture, media space, TV, development.

При рассмотрении вопросов о социально-культурном состоянии общества, неизбежно возникает проблема взаимодействия телевидения как основного источника информации и

населения как аудитории, потребляющих экранные продукты.

Пользуясь определёнными методами, средства массовой информации всегда оказывали влияние на массовое сознание. Аудитория, в свою очередь, определяет для себя наиболее удобный и полезный источник получения той или иной информации. В современных условиях постоянного развития такие источники могут меняться, но не каждый из них доступен всем категориям населения для наиболее эффективного получения того или иного медиасообщения.

Актуальность избранной мною темы определяется тем, что в условиях современного развития России, когда Интернет оказывается более доступным всем группам населения, телевидение остается самым массовым средством коммуникации.

На рисунке 1 представлены городские СМИ, через которые жители получают основную информацию. Соотношение, показанное на диаграмме, говорит о том, что Интернет – ресурсы преобладают над остальными, но несмотря на развивающуюся тенденцию, телевидение остаётся одним из основных источников. К тому же, каждый из данных информационных каналов имеет свой интернет-портал (сайты, социальные сети и т.д.), что также добавляет определённую долю Интернет – площадке, оставаясь при этом ресурсом, которые он представляет.



Рисунок 1. Соотношение городских СМИ в г. Ивантеевка

В век информации сложно представить жизнь без той или иной телепрограммы, которая, в свою очередь, является неизменным информационным каналом для зрителя.

Телепрограмма – это видеоряд, представляющий собой совокупность определённых тематических сюжетов, связанных одной темой и объединённых в целостную систему.

Телепередачи, они же, телепрограммы бывают разных видов: новостные, образовательные, спортивные, научные, развлекательные и многие другие, которые классифицируются по

определённым характерным признакам[5].

Для города с численностью почти 80 тысяч человек особое значение имеет новостная программа, позволяющая жителям узнавать о том, что произошло в городе, какие культурные события их ожидают и получить обратную связь, благодаря отзывам или количеству участников посетивших то или иное городское мероприятие.

Рассмотрим основную тему статьи на примере телепрограммы «День за днём» на Ивантеевском телевидении, канале «Ивантеевка 24».

Главная причина для большинства жителей смотреть ивантеевское телевидение – программа «День за днём», собирающая максимальную аудиторию Ивантеевки в часы её трансляции. Пока люди были на работе или занимались своими делами, корреспонденты телевидения собирали информацию о событиях в городе и соединяли в единое целое, чтобы за полчаса рассказать о том, что интересного произошло в городе за несколько дней.

Передача «День за днём», если вспомнить историю ивантеевского телевидения, – это самая первая и постоянная передача, выходящая в эфир с 1994 года. Несмотря на кризисы, нехватку финансирования, городскому телевидению удалось сохранить и продолжать работать над созданием главной программы.

Корреспонденты ежедневно ищут интересные события и снимают сюжеты о совещаниях в администрации, спортивных событиях, происшествиях в городе, уборке улиц, строительстве, школьном образовании и медицинских услугах, культурных событиях и концертных выступлениях.

Затем весь полученный объем информации обрабатывается, монтируется, озвучивается и каждый день на протяжении рабочей недели зрители могут смотреть новости города.

Передача «День за днём» выходит на городском канале «Ивантеевка-24» в кабельном телевидении «Ивантеевские кабельные сети». Свежие выпуски программы начинаются в 19:00 или в 20:00 каждый день, в остальное время – идут повторы для тех, кто не может быть у экрана в часы премьеры или хочет еще раз посмотреть новости ради заинтересовавшего сюжета.

Данная программа создавалась, менялась и развивалась для того, чтобы получать, обрабатывать и доносить информацию до жителей города. Корреспонденты, работающие на телевидении, работают на аудиторию. Ни раз сюжеты и репортажи, показанные на телеканале, становились призёрами на различных телевизионных конкурсах и фестивалях[10].

В ходе анализа были выявлены определённые преимущества, которые не дают телевидению снизить рейтинг своей необходимости перед жителями:

- Достоверная и своевременная информация
- Освещение основных городских мероприятий и проблем города
- Доступные интернет-ресурсы для тех, кто пропустил выпуск или возможность пересмотреть его заново

Вместе с преимуществами, сегодня, в сфере городских СМИ, остается еще множество проблем. Во время анализа условий осуществления информационной городской политики были выявлены также и некоторые недостатки, которые по своей значимости не являются отрицательными, но могут негативно повлиять на реализацию данной политики:

- влияние властей на осуществление журналистской деятельности;
- невозможность охвата некоторых групп населения города (по гендерным признакам);
- финансирование информационной деятельности, в частности, нехватка средств на реализацию конкретных мероприятий.

Канал «Ивантеевка 24» создавался с целью информирования общества, именно поэтому на

нём выходит новостная передача, а развлекательные, спортивные и научные вопросы освещаются не в отдельных телепрограммах, а в дополняющих новостной блок, рубриках и репортажах.

Непосредственное взаимодействие с властями и тотальный контроль выпусков не позволяет телевидению функционировать в полной мере, в связи с чем, новостная рубрика является приоритетной, одним из инструментов муниципальной власти.

Телепрограмма как индикатор социально-культурного состояния общества позволяет отобразить те или иные изменения, происходящие у населения города и выявить наиболее характерный метод взаимодействия аудитории и информационного канала.

Эффективная муниципальная информационная политика во многом зависит от умения использовать средства массовой информации. Наиболее перспективными в этом направлении являются: распространение собственной информации, в том числе через систему Интернет, проведение мероприятий для СМИ, приглашение СМИ на специальные мероприятия. Прозрачность работы органов муниципальной власти и доверительное отношение граждан обеспечивают средства массовой информации[8].

Взаимодействие телевидения и населения – один из наиболее важных аспектов развития общества, особенно в малых городах. Основным инструментом, позволяющим «разговаривать» с аудиторией – телепрограмма, доносящая нужную и важную информацию, через которую можно получить обратную связь от жителей города.

СМИ – важнейший и сильнейший индикатор, благодаря которому можно достичь благоприятной атмосферы в обществе и наладить обстановку в решении серьёзных городских вопросов.

Список литературы:

1. «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 28.11.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016)
2. Переверзев М., Косцов Т. Менеджмент в сфере культуры и искусства. – М: Инфра-М, 2017. – 192 с.
3. Яковец Ю.В. Перспективы социокультурной динамики и партнерства цивилизаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/> (дата обращения : 18.01.2020).
4. Медиаскоп – научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/> (дата обращения : 18.01.2020)
5. Гришанин Н.В. Медиапространство как фактор формирования бренда города. – СПб: СПГЭУ, 2018. – 94 с.
6. Жигунов А.Ю. «Свои» в медиапространстве. – М: МИИ, 2016. – 102 с.
7. Александер Дж. Д., Карлсон К. Основные принципы СМИ. – М., 2017. – 153 с.
8. Фадеева Л.Д., Рыбакова А.И. Социальное пространство и социальная политика. – М:РГСУ, 2017. – 19 с.
9. Сайт Ивантеевского Телевидения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ivanteevka.tv/programma-novosti-goroda/> (дата обращения : 18.01.2020).