

УДК 316.354:351/354

ББК 60.54

**ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ КАЛМЫКИИ
К РЕСПУБЛИКАНСКИМ СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ****(по материалам опроса 2011 г.)****Л. В. Намруева*

Молодежная среда во всем многообразии ее проявлений, в том числе в контексте ее взаимодействия с медиапроизводством, пока не стала предметом пристального внимания калмыцких исследователей. Российские ученые отмечают, что процесс влияния современных СМИ на молодое поколение требует глубокого осмысления и систематизации, выявления позитивных тенденций, заслуживающих всемерной поддержки, и негативных моментов, создающих проблемные ситуации [Жилавская 2008].

В данной статье проанализированы результаты интервьюирования студентов калмыцких вузов по теме «Региональные СМИ глазами молодежи». Весной 2011 г. нами было опрошено 102 молодых человека. Метод исследования: стандартизированное интервью, состоящее из 10 вопросов, которые позволяют определить отношение молодых людей к республиканским газетам, радио, телевидению, сайтам, посвященным калмыцкой тематике.

Республиканские издания «Хальмг үнн», «Известия Калмыкии», «Парламентский вестник Калмыкии» нацелены на полное, всестороннее освещение, анализ событий, происходящих в республике. Журналисты стремятся удовлетворять все возрастающую потребность населения республики в познании культуры, богатейшего культурного наследия калмыцкого народа, способствуя формированию этнического самосознания через распространение духовных ценностей, этических принципов, знаний о великом прошлом и настоящем калмыцкого народа, его выдающихся представителей.

За период 2005–2010 гг. появились новые газеты «Элистинская панорама», «Элистинский курьер», которые пользуются популярностью у читателей. Однако ни одна из газет, издаваемых в г. Элисте и за ее пределами, не имеет специальной молодежной полосы. На наш взгляд, это несправедливо, т. к. данная возрастная группа (14–30 лет) составляет четверть (25 %) от общей численности населения республики [Республика Калмыкия 2010: 22–23]. В настоящее время нет ни одного молодежного издания, а в недалеком прошлом, до 1991 г., существовала республиканская газета «Комсомолец Калмыкии», которая неоднократно отмечалась Центральным комитетом ВЛКСМ как одна из самых лучших среди молодежных газет России и всей страны [Басангов 2005: 20].

Результаты интервьюирования показывают, что 16% респондентов не читают республиканскую прессу. Другая же часть опрошиваемых предпочитает читать «Известия Калмыкии» (33% респондентов), «Хальмг үнн» (13%), «Элистинскую панораму» (5%), «Элистинский курьер» (3%), «Парламентский вестник» (2%), «Новую неделю» (2%), «ВДВ» (7%), «Степную мозаику» (2%).

Проанализируем предпочтения молодежи в местной печати. 26% опрошенных указали, что они предпочитают новости. Молодые читатели в республиканских газетах особо отмечают возможность узнать о переменах, событиях в нашей республике (3%), статьи о спорте (3%), материалы о политике (3%), новости культуры, материалы о различных мероприятиях, праздниках

* Статья выполнена в рамках Программы фундаментальных исследований Президиума РАН «Традиции и инновации в истории и культуре» (проект КИГИ РАН «Современная молодежь и традиционная культура (на примере Калмыкии)» (2012–2014)).

(3%). Среди факторов, привлекающих молодых читателей, также перечислены следующие: наличие кроссвордов (5%), городскопов (4%), различных объявлений (4%), рекламы (3%), криминальной хроники, анализа финансовых проблем в республике, положения в животноводстве и в целом в сельском хозяйстве.

Отдельно остановимся на ответах респондентов, касающихся газеты «Хальмг үнн». Молодым читателям интересны материалы о людях, которые внесли вклад в развитие республики; публикации о Далай-ламе и его трудах; статьи на русском и калмыцком языках, посвященные истории и современности Калмыкии, пропагандирующие родной калмыцкий язык, знакомящие с творчеством молодых авторов. Положительно воспринимается то, что газета широко освещает проблемы современной калмыцкой культуры.

Радио на протяжении многих десятилетий являлось наиболее широко распространенным видом средств массовой коммуникации, т. к. оно было более доступно с технической и экономической точки зрения по сравнению с другими. Официальный отчет работы радио Калмыкии начинается с 1935 г. В настоящее время республиканское радио транслирует свои передачи два часа в сутки на канале «Радио России» в цифровом формате. Все передачи Радио Калмыкии выходят на двух государственных языках — русском и калмыцком. В настоящее время, несмотря на то что радио по-прежнему остается одним из самых доступных средств получения информации, оно продолжает терять свои позиции, уступая телевидению и Интернету.

Наше исследование позволяет определить отношение молодежи к республиканскому радио. Слушают радио всего 8% опрошенных. Иногда слушают передачи республиканского радио 5%. Предпочтение отдается новостям, любимы респондентами также калмыцкие песни. 72% опрошенных признались, что не слушают калмыцкое радио, и среди причин указали: нет радиоточки, радио (3%), не слышали о таком радио (6%), не знают, на какой волне искать Калмыцкое радио (2%). В отдельных случаях респонденты с удивлением замечали: «А оно все еще функционирует?»

Анализ ответов показал, что молодежь региона практически не знакома с калмыцким радио, в лучшем случае она знает о су-

ществовании филиалов таких популярных радиоканалов, как «Европа+ (Элиста)», «Элиста FM (новости)», «Русское радио – Элиста». Слушаем радио только в маршрутном такси, в машине, в других поездках, — замечают отдельные интервьюируемые.

Отечественные социологи, изучающие влияние СМИ на молодежь, подчеркивают, что в качестве источника информации для анализируемой возрастной группы лидерство сохраняется за центральным телевидением, однако на второе место выходит Интернет, и лишь за ним следует региональное телевидение. В удовлетворении информационных интересов молодежи пресса и радио отодвинулись на третий план [Горшков 2010: 113].

Наше исследование позволило определить, как часто молодые люди смотрят Калмыцкое ТВ. 34% опрошенных смотрят редко (1–2 раза в неделю), 14% — по возможности (когда есть свободное время) либо только в гостях, т. к. дома нет условий. 2% смотрят только вечерние новости, единицы — каждую пятницу (итоги за неделю). 6% респондентов смотрят Калмыцкое телевидение часто, 12% — каждый день. Пятая часть выборки (21%) не смотрит передачи республиканского ТВ по той причине, что им неинтересно (3%), т. к. установлена спутниковая антенна (6%) и имеется доступ к большому выбору телеканалов. Наше исследование показало, что с республиканским телевидением в разной степени знакома большая часть опрошиваемых. Однако отметим, что постоянным зрителем является каждый шестой опрошенный молодой человек.

Одной из поставленных нами исследовательских задач являлось определение того, чем привлекательно для молодого зрителя Калмыцкое ТВ. Результаты показали, что наиболее привлекательными являются показ событий, происходящих в республике (48%), новости (21%), прогноз погоды (5%), музыкальные клипы, программы (3%), популярные калмыцкие песни, музыка, танцы (3%).

Как видим, в первую очередь отмечена информационная функция телевидения, которая позволяет получать актуальную, разностороннюю информацию о деятельности местных предприятий, об известных людях, о новых достижениях в регионе, о жизни детей и подростков, о развитии культуры республики, о спорте и спортив-

ных достижениях уроженцев Калмыкии. Республиканские телевизионные компании дают возможность быть в курсе событий, дел, происходящих в регионе (12%), смотреть передачи на калмыцком языке (3%), слушать калмыцкую речь (2%).

Любимыми телепередачами у молодых зрителей являются «Вести-Калмыкия» (20%), с помощью них можно узнать много свежих новостей о том, что происходит в РК. В списке любимых также перечислены «Йорялин дун» (5%), «Хальмг дун» (2%), «Музыкальная зона», передачи, содержащие песни, клипы, поздравления близким людям (2%), юмористические передачи с участием «Худлахар-шоу» (2%), «Өрүни һарц», «Прямая линия», «О главном», о спорте, прогнозе погоды, репортажи с национальных праздников, «5 минут про...» (в последней можно задать вопрос в прямом эфире интересному человеку). Отдельные молодые телезрители охотно смотрят развлекательные, музыкальные программы, концерты (3%), рекламу (2%), все передачи, которые ведутся на калмыцком языке, по истории калмыцкого народа, т. к. они удовлетворяют потребность знать больше о прошлом калмыков. Часть респондентов отмечает деятельность телевизионных кампаний «Сян цаг» (8%), «Хамдан» (4%) по популяризации калмыцкой музыки (4%) и рекламе калмыцких клипов (4%). Тем не менее более трети (37% опрошенных) указали, что у них нет любимых передач на Калмыцком телевидении.

В задачи интервью входило выявление информации о том, что не нравится молодым телезрителям на местном телевидении. Как показали ответы, не устраивает реклама (21%): этот ответ сопровождался комментариями «Нужно убрать рекламу совсем или научиться ее делать (2%)», «Смотреть приходится местную рекламу, т. к. ее вставляют на других телеканалах». Не одобряется качество озвучивания рекламы на калмыцком языке. 8% респондентов не устраивают небольшая продолжительность вещания калмыцкого ТВ, малый объем информации, частый ее повтор (6%), показ старых клипов. Среди непривлекательных факторов респонденты также указывают неудобное время выхода (рано утром, поздно вечером), отсутствие вещания местного телевидения в некоторых отдаленных районах республики. Критические замечания высказаны в отношении работы ведущих (7%),

их недостаточной подготовки (4%), речи дикторов (невнятная, неясная речь с дефектами, отличающаяся акцентом) — 5%. Отмечалось, что некоторые ведущие, репортеры, корреспонденты не имеют соответствующего профессионального образования для работы на республиканском телевидении.

Следующая группа замечаний связана с языком вещания. Единицы респондентов нетитульной национальности замечают, что в республике проживают не только калмыки (2%). Такое же количество опрошенных калмыков (2%) заметило, что иногда трудно понять, о чем идет речь («хотя знаю язык на уровне разговорном, не понимаю литературный»). Часть респондентов не устраивает, что вещание ведется на калмыцком языке (9%). Однако встречаются противоречивые мнения: одних не устраивает, когда вся программа полностью идет на калмыцком языке, а других, напротив, когда трансляции ведутся на русском языке.

Интервьюируемые высказались о содержательной стороне программ калмыцкого ТВ. Каждый десятый опрошенный считает, что на республиканском ТВ отсутствует разнообразие, доминируют однообразные программы (10%). Определенная часть молодежи указывает на отсутствие спортивных программ, недостаток передач о молодых художниках, деятелях культуры, а также развлекательных, игровых передач [Намуева 2011].

Для привлечения внимания к калмыцкому телевидению со стороны молодежной зрительской аудитории были высказаны следующие предложения, которые в первую очередь касаются расширения программной политики. Для одной части молодых людей важна развлекательная сторона республиканского ТВ. Они предлагают создавать больше молодежных, развлекательных передач, телеконкурсов (12%), интересных реалити-шоу (2%); разнообразных игровых передач для молодежи (7%), подобных популярным программам «Фабрика звезд», «Умники и умницы» и др. Также респонденты призывают увеличить показ спортивных передач (5%), создавать музыкальные передачи (3%), видеоклипы, в том числе молодежных песен на калмыцком языке (4%).

Другая часть опрошенных придерживается мнения, что передачи должны развивать молодежь, а для этого необходимо

создавать познавательные передачи, викторины (4%), организовывать встречи с деятелями культуры, ввести рубрику об исторических лицах, увеличить количество программ о молодежных проблемах (5%), в том числе связанных с наркоманией, алкоголизмом среди молодежи РК (3%), трудоустройством молодежи (2%).

В 2005 г. на базе Калмыцкой государственной телерадиокомпании были образованы Филиал Всесоюзной Государственной телерадиокомпании Гостелерадиокомпания «Калмыкия» и Государственное учреждение Калмыцкая телекомпания «Хамдан». Обращение к своим истокам, возрождение традиционной культуры, этнического языка являются основными направлениями деятельности этих телевизионных компаний.

Телекомпания «Хамдан» («Вместе») ведет трансляцию на канале «Звезда» на русском и калмыцком языках. Передачи «Хальмг лит» («Калмыцкий календарь»), «Хонх» («Колокольчик»), «Свет веры», знакомящие с традиционным вероисповеданием калмыков и русских, историко-этнографические программы «Мини төрсн хазр» («Моя родная земля»), «Документальная Калмыкия» выполняют воспитательную, социализирующую функции, реализуемые и в молодежной телеаудитории [Намруева 2011: 221]. Осенью 2011 г. появилась программа «Молодежь Калмыкии в лицах», в ней обсуждаются актуальные проблемы, волнующие молодых людей.

Телевизионная компания «Сян цаг» («Хорошее время»), работающая с декабря 2010 г., своей главной задачей ставит пропаганду калмыцкого языка и культуры. Передачи «Сян цаг», учитывая возрастающий интерес молодежи к традиционной калмыцкой культуре, ориентированы на молодого зрителя. Компания «Сян цаг» популяризирует творчество и деятельность молодых людей, прекрасно владеющих калмыцким языком, которые дорожат бесценным наследием этнической культуры и готовы оберегать, возрождать национальные обычаи и традиционную религию калмыков [Намруева 2011: 220]. Благодаря видеоклипам музыкантов — представителей монголоязычных народов, транслируемым на телеканале, молодежь знакомится с современной музыкальной культурой родственных этносов.

Современная молодежь существенно изменила свои медиапредпочтения и само-

стоятельно формирует собственную медиасреду, которая характеризуется использованием различных современных форм. В числе последних — блоги, форумы, интернет-комментирование, виртуальные сообщества, самодеятельные газеты и журналы, фото-, аудио- и видеотворчество, SMS-сообщения, мобильные коммуникации и многое другое [Жилавская 2008].

Отечественные социологи отмечают, что для большинства молодежи (73,6%) Интернет сегодня — это источник обогащения своих знаний по различным проблемам. Для многих важна также рекреационная роль Интернета как средства отвлечения от повседневных забот, проблем (39,7%). Важную роль играет Интернет и в расширении межличностной коммуникации молодежи (39,5%), и для знакомств (33,9%). В спектре мотивов пользования Интернетом — гарантия информационной свободы личности — 17,9%, доступа к культурным ценностям — 15,8%, возможность с его помощью достичь самовыражения — 13,5%, принимать участие в дискуссиях по политическим проблемам — 6,9% [Горшков 2010: 121].

Безусловно, калмыцкая молодежь также активно пользуется Интернетом, но нас интересовало, знакомы ли молодые люди с калмыцкими сайтами. Полученные нами результаты свидетельствуют, что более половины, 67% респондентов, не посещают калмыцкие сайты. Каждый девятый опрошенный (11%) заметил, что калмыцкие сайты их не привлекают. 17% респондентов посещают калмыцкие сайты. Из них 9% привлекает «www.Elista.org», 11% — «Elista.online», 3% — «Kalmykia.org», 5% — «Kalmykia.ru», 2% — «Kalmykia.Forum»; 7% — «Kalmykia»; 2% — «Kalmykia. В Контакте», 6% — «Все новости Kalmykia». Молодые люди, посещающие калмыцкие сайты, отмечают, что они предоставляют им возможность получить информацию о новых и интересных событиях в республике (11%), узнать мнение других пользователей сайта по каждому событию, обсудить проблемы в регионе (5%), пообщаться с интересными людьми (4%), оценить уровень развития молодежи республики, познакомиться с калмыцкими песнями (4%), объявлениями (3%), новостями о культурной жизни (3%), о проблемах молодежи, с криминальными новостями, сводками погоды (3%).

Разделяем мнение З. В. Сикевич, которая утверждает, что средства массовой информации «соучаствуют» в формировании как этнической культуры, так и системы этнических норм, образцов поведения и стереотипов восприятия и оценки представителей иных этнических групп, хотя их влияние не всегда осознается «адресатами» воздействия [Сикевич 2011: 52].

Роль средств массовой информации в социализации молодого поколения, формировании его мировоззрения неоспорима, особенно в век всеобщей информатизации. Проведенный анализ показал, что республиканские СМИ занимают важное место в процессе развития молодых людей, приобщения их к богатствам самобытной культуры калмыков.

Литература

- Басангов И. Н.* Сибирская школа (Очерки, воспоминания, документы). Элиста: НПП «Джангар», 2007. 448 с.
- Горшков М. К., Шереги Ф. Э.* Включенность молодежи в массовую коммуникацию // Молодежь России: социологический портрет. М.: ЦСПиМ, 2010. С. 112–122.
- Жилавская И. В.* Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий: автореф. дис. ... канд. фил. наук // [Электронный ресурс] Медиаскоп. Электронный научный журнал фак-та журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова 2008 г. июль / www.mediascope.ru/node/38 (дата обращения: 23. 01. 2012).
- Намруева Л. В.* Роль республиканского ТВ в формировании региональной идентичности (на примере Калмыкии) // Качество жизни как фактор гражданского общества: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (г. Волгоград, 6–7 октября 2011 г.). Волгоград: ФГУ ВПО ВАГС, 2011. С. 220–222.
- Намруева Л. В.* Республиканское телевидение как механизм этнической социализации (на примере Калмыкии) // Вестник Калмыцкого института гуманитарных исследований РАН. 2011. № 2. С. 167–172.
- Республика Калмыкия.* Статистический ежегодник. 2010: стат. сб. / Калмыкиятат. Элиста, 2010. 323 с.
- Сикевич З. В.* Влияние этнического фактора на современное общество и человека // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. № 2. С. 41–58.