

УДК 316.774

А.Шульга,  
кандидат социологических наук

## МЕДИЙНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ УКРАИНЦЕВ: ДИНАМИКА И ВЫВОДЫ

*Статья посвящена анализу динамики предпочтений украинцев относительно различных масс-медиа. На основании того, как за последние годы изменилось среднее время, которое население уделяет просмотру телевизора, прослушиванию радио, чтению прессы и Интернета делается вывод, что, несмотря на изменения в пропорциях, телевидение по-прежнему остается лидирующим видом масс-медиа, а Интернет так и не получил среди населения Украины существенного распространения.*

**Ключові слова:** мас-медіа, телебачення, радіо, друковані ЗМІ, Інтернет.

**Keywords:** mass-media, television, radio, press, Internet.

**Ключевые слова:** масс-медиа, телевидение, радио, печатные СМИ, Интернет.

Вопрос о том, какие именно виды средств массовой информации преимущественно выбирают граждане Украины и каким из них доверяют, является интересным не только с точки зрения политиков, ищущих способы получить или приумножить свой электорат на очередных выборах. Предпочтение тех или иных видов СМИ является одним из индикаторов того, в каком состоянии находится украинское общество и какие векторы его развития уже просматриваются.

Рассмотрим последовательно четыре вида медиа (телевидение, радио, печатные СМИ и Интернет) и попытаемся выделить социально-демографические особенности групп, которые предпочитают те или иные из них, а также выявим динамику изменения предпочтений украинцев относительно

этих СМИ. Анализ мы начнем с телевидения, поскольку оно лидирует во всех областях как СМИ, которые чаще всего выбирают в качестве источника информации. При этом нас будет интересовать, как много времени украинцы уделяют телевизору, какие категории населения более склонны к этому и интересуют ли их новости и политические программы<sup>1</sup>.

Начнем с ответа на первый вопрос: сколько времени украинцы проводят перед экраном. Согласно данным Европейского социального исследования, сравнительное большинство опрошенных (около 40%) проводят в будний день перед телевизором более двух часов. Еще около трети смотрят телевизор от часа до двух. Несмотря на то, что в 2004 г.<sup>2</sup> доля тех, кто смотрит телевизор более двух часов, была значительно выше (55%), можно утверждать, что телевидение до сих пор пользуется огромной популярностью в качестве средства проведения досуга.

Это также подтверждают данные мониторинга Института социологии НАН Украины, согласно которым абсолютным лидером среди различных вариантов проведения досуга является именно просмотр телепередач (83%).

Анализ того, какие возрастные группы, сколько времени проводят перед телевизором, показывает, что большинство проводящих много времени перед экранами телевизоров – составляют люди старше пятидесяти лет – 56% (против 44%, среди умеренно смотрящих телевизор).

Возрастные отличия между теми, кто много смотрит телевизор, и теми кто проводит перед ним умеренное коли-

---

<sup>1</sup> Мы будем использовать данные Европейского социального исследования (ЕСС), поскольку оно позволяет не только увидеть, сколько времени респонденты уделяют тому или иному СМИ, однако, что также важно, сделать это в динамике. Для наших целей мы будем использовать данные 2-й волны ЕСС, проведенной в 2004 г., когда Украина впервые присоединилась к этому транснациональному исследованию и данные 5-й волны, проведенной в 2010 г. – последней из доступных для анализа.

<sup>2</sup> Согласно результатам второй волны Европейского социального исследования, проведенной в 2004 г.

чество времени, определяют их отличия и по другим характеристикам. В первую очередь речь идет об уровне образования: средний уровень образования среди первой группы заметно ниже, нежели у представителей второй<sup>3</sup>.

Еще больше различаются группы тех, кто уделяет внимание просмотру новостей и передач о политике. Среди тех, кто вообще не смотрит новости и политические программы, 45% составляет молодежь, среди старшего поколения – таких 25%. И наименьшее количество молодых людей среди тех, кто смотрит новости и политические программы более часа в день, всего 10%. В то же время старшее поколение составляет неоспоримое большинство – 68%.

Приведенные данные говорят о том, что старшие возрастные категории граждан Украины проявляют значительно больший интерес к новостям и политике, нежели молодежь. Отметим также и то, что по сравнению с 2004 г., количество интересующихся политическими новостями и передачами заметно уменьшилось. Так, доля украинцев, которые уделяют этому более часа в день, уменьшилась вдвое (с 32% до 15%), а доля тех, кто смотрит эти передачи до получаса в день, наоборот, выросла (с 25% до 42%). Итак, первым выводом может быть то, что, несмотря на некоторое уменьшение среднего количества времени, которое украинцы проводят перед экраном в обычный будний день, телевидение, без сомнения, является наиболее популярным среди украинского населения видом СМИ.

Согласно данным Европейского социального исследования, в отличие от телевидения, половина граждан Украины вообще никогда не слушает радио. По сравнению с 2004 г., эта группа увеличилась на 15%. Из тех, кто все

---

<sup>3</sup> Такое значительное количество людей с невысоким уровнем образования можно связать с возрастными особенностями людей, проводящих много времени перед телевизором. Ведь существует довольно четкая связь между возрастом опрошенных и их уровнем образования: чем моложе – тем уровень образования выше и наоборот. Особенно, когда мы сравниваем старшее поколение и тех граждан Украины, чей возраст не превышает 30 лет.

же слушает радио, пятая часть в обычный рабочий день проводит у радиоприемников не более часа. От часа до двух радио слушают 11% соотечественников. От двух до трёх часов радио слушают около 5% респондентов. Показательно, что довольно значительная часть опрошенных слушает радио более трёх часов в день – 13% населения (в 2004 г. таких было 21%).

Возрастные особенности названных групп таковы, что: наименьшая доля молодежи представлена среди тех, кто никогда не слушает радио, и среди тех, кто слушает его более трёх часов в день. В данных группах более половины составляют представители старшего поколения. В то время как среди тех, кто слушает радио до получаса, и тех, кто слушает его от часа до двух часов, доля молодежи явно выше и одновременно меньше доля представителей старшего поколения. Что же до различий этих групп по типам поселения, то здесь можно проследить такую тенденцию: среди тех, кто не слушает радио или же слушает его не более тридцати минут в день, явно больше городского населения. Тогда как среди тех, кто слушает радио от часа и больше, явно больше жителей малых городов и сел.

Подобно телевидению, украинцы стали меньше времени уделять политическим новостям и при прослушивании радио. Доля тех, кто слушает такого рода передачи больше часа, уменьшилась с 27 до 16%, в то время как доля тех, кто уделяет им не более получаса в день, увеличилась с 38 до 48%. Увеличилась и доля тех, кто вообще не слушает по радио новости, посвященные политике (с 10% до 16%). Также можно выделить следующую тенденцию: чем меньше граждане Украины слушают политические программы и новости, тем больше среди них молодежи и наоборот, чем больше опрошенные слушают данные программы по радио, тем больше среди них представителей старшего поколения. В цифрах это наиболее ярко выглядит на примере группы респондентов, которые никогда не слушают новости и политические программы, и тех, кто уде-

ляет этому от часа до двух в день. Среди первых доля молодежи – 47%, а старшего поколения – 23%. Тогда как среди вторых эти цифры соответственно 8% и 63%.

Подобно возрастным особенностям выделенных групп можно констатировать похожую тенденцию и при анализе их финансового положения: чем больше украинцы слушают политические передачи по радио, тем меньше они склонны позитивно оценивать свой достаток. Так, среди тех, кто никогда не слушает новости и политические программы по радио, плохо или очень плохо свое финансовое положение оценивают 66%, а среди тех, кто слушает эти программы от часа до двух в день, их уже 83%.

И, наконец, по типу поселения прослеживается такая же тенденция, которую мы описали выше, описывая разные группы по прослушиванию радио в целом, а не конкретно политических программ и новостей: среди тех, кто слушает данные программы, больше, соответственно, представителей малых городов и сел.

Вторым промежуточным выводом, таким образом, является то, что по сравнению с телевидением украинцы намного меньше пользуются таким источником информации, как радио. В основном это старшее поколение, преимущественно сельских районов, где этот источник информации до сих пор довольно распространен. Кроме того, как особенность значительной части аудитории радиослушателей также следует отметить сравнительно невысокий уровень образования и плохое финансовое положение, которые коррелируют с возрастными особенностями данной группы.

Теперь рассмотрим, сколько времени уделяет население чтению газет и журналов в обычный будний день. Согласно данным пятой волны ЕСС, 38% граждан Украины вообще не читают газет и журналов. Подобно телевидению и радио, доля тех, кто уделяет время прочтению печатных медиа, существенно уменьшилась за последние годы. Так, доля украинцев, которые уделяют этому заня-

тию более часа в обычный будний день, по сравнению с 2004 г. уменьшилась вдвое (с 16% до 8). Кроме того, как уже было сказано, доля людей, вообще не читающих печатные газеты и журналы, составляет 38%, что на 10% больше, чем было зафиксировано во второй волне ЕСС. Эта группа является сравнительно наибольшей из всех респондентов. На втором месте группа тех граждан, которые уделяют чтению газет и журналов не более получаса в день – их 32%. На третьем месте группа тех опрошенных, которые читают печатные СМИ от получаса до часа в день – их 21%. Тех же наших соотечественников, которые уделяют газетам и журналам от часа в день и выше, – менее 9% от всех опрошенных. Если проанализировать выделенные группы по разным социально-демографическим характеристикам, то выяснится, что они существенно разнятся. По возрастному критерию наблюдается следующее: среди не читающих печатные СМИ молодежи (до 30 лет включительно) составляет 28%, тогда как представители старшего поколения (старше 50 лет) – составляют 45%. С увеличением времени чтения газет и журналов в обычный день возрастные пропорции групп также меняются. Среди тех, кто читает печатные СМИ до получаса в день, доля молодежи уже 18%, а старшего поколения – 47%. Когда же речь заходит о группе населения, которая читает газеты и журналы от получаса до часа ежедневно, то доля молодежи составляет всего 14%, а людей старше пятидесяти лет – уже 58%. Как видим, прослеживается четкая тенденция: с увеличением времени, затраченного на чтение газет и журналов в течение дня, доля старшего поколения возрастает, а молодежи, наоборот, – уменьшается. Четко прослеживается и тенденция в различии выделенных групп, если рассмотреть такую характеристику, как тип поселения. Среди тех, кто вообще не читает газеты и журналы, жителей больших городов 34%, а жителей села – 35%. Среди читающих периодическую печать не более получаса в день доля жителей боль-

ших городов уже 30%, а сельское население составляет 37%. И, наконец, среди тех граждан, кто читает газеты и журналы от получаса до часа, соответствующие пропорции: 27% против 40%. Приведенные данные свидетельствуют о том, что сельское население чаще выбирает периодическую печать как основной вид получения информации, нежели жители больших городов.

По сравнению с аналогичным показателем для телевидения, количество тех граждан, кто вообще не читает газеты и журналы, значительно выше (соответственно 7% против 38%). Вместе с тем, по сравнению с радио аналогичный показатель обращения к газетам и журналам в качестве источника получения информации заметно лучше (51% против 38% соответственно). Получается, что граждане Украины отдают предпочтение телевизору, нежели периодическим изданиям или радио. Эти СМИ делят соответственно второе и третье место.

Теперь рассмотрим, какое количество времени наши граждане уделяют чтению не просто газет, а чтению политических новостей и материалов. При этом стоит помнить, что 38% граждан Украины вообще не читают газет и журналов. Поэтому мы будем анализировать ответы только тех, кто уделяет чтению печатных СМИ хотя бы несколько минут в день и больше. Как свидетельствуют данные, абсолютное большинство – 67% опрошенных данной группы уделяют чтению политических новостей не более получаса, а 15% вообще не читают политические новости. Если сравнивать с 2004 г., то среднее время, которое украинцы уделяли политическим новостям в печатных СМИ, также существенно сократилось. Складывается интересная ситуация: абсолютное большинство граждан Украины или вообще не читают газеты и журналы, либо уделяют этому занятию очень мало времени. И даже среди тех, кто хоть сколько-нибудь времени уделяет чтению печатных СМИ, большинство не интересуются политическими сообщениями и материалы.

Их целевой аудиторией являются преимущественно люди старшего возраста с достаточно высоким уровнем образования. Тогда как молодежь фактически остается вне зоны действия этого способа информирования.

Интересным будет сравнение частоты обращения граждан Украины к газетам и журналам в качестве источника информации, а также и к другим видам СМИ – телевидению и радио. Как уже было отмечено выше, 38% граждан Украины вообще не читают газет и журналов, а группа тех, кто уделяет чтению газет и журналов не более получаса в день, составляет 32%. На третьем месте те соотечественники, кто читает печатные СМИ от получаса до часа в день, – 21%.

После анализа предпочтений украинцев относительно трёх основных видов СМИ, у нас остается последний вид – Интернет. По сравнению с 2004 г., когда Украина впервые приняла участие в Европейском социальном исследовании, количество тех, кто не имеет доступа к Интернету или на рабочем месте, снизилось с 72 до 50%. Значительно возросло и количество украинцев, которые пользуются им каждый день – с 2% до 15%. Однако более примечательно то, что доля украинцев, которые вообще никогда не пользовались Интернетом, за все эти годы осталась фактически неизменной – таких в стране около 19%. Выходит, что почти каждый пятый гражданин Украины не имел и не имеет доступа к всемирной сети. Если рассмотреть эту группу по социально-демографическим характеристикам, то, кроме вполне понятного перекоса по возрастному критерию (молодежь составляет всего 8%, а старшее поколение – больше 60%), следует выделить то, что почти треть из тех, кто никогда не пользовался Интернетом, составляют жители больших городов.

Уровень использования всемирной сети в Украине можно назвать довольно низким и по другой причине. В особенности, если сравнить частоту использования Интернетом в России. Хотя доли россиян и украинцев, которые не



имеют доступа к Интернету дома или на работе, фактически равны (на уровне 50%), однако по другим показателям наши страны довольно сильно отличаются. В первую очередь выделим долю опрошенных, кто никогда не пользовался Сетью. Как уже было сказано, в Украине эта доля осталась за последние восемь лет практически неизменной и очень весомой – около 19%, тогда как в России таких людей менее 5%. Еще одним показателем является количество россиян, которые пользуются Интернетом каждый день – их почти в два раза больше по сравнению с аналогичным показателем в Украине, где, как уже указывалось выше, их доля составляет 15%.

Уточнить эти данные позволят результаты мониторинга Института социологии НАН Украины за 2012 г. Они также подтверждают, что около половины украинцев не имеют Интернета дома и не имеют в нем потребности. Кроме того, эти данные позволяют ответить на вопрос: с какой целью украинцы пользуются Интернетом? Однозначного ответа нет, поскольку информационные, коммуникационные и развлекательные потребности, которые пользователи удовлетворяют в Сети, набирают фактически одинаковое количество ответов.

Таким образом, Интернет не только не получил существенного распространения среди населения, но и не стал для большинства тех, кто пользуется им, инструментом для получения информации о состоянии дел в стране. Возможностью поиска альтернативной информации и превращения из объекта в субъекта продуцирования смыслов пользуется сравнительно немногочисленная группа.

Какие же выводы можно сделать из нашего рассмотрения? Самым главным является то, что за все эти годы телевидение сохранило за собой статус наиболее популярного средства массовой информации. Оно также остается одним из наиболее популярных способов проведения украинцами своего досуга. Даже, несмотря на то, что по сравнению с 2004 г., среднее время, которое украинцы

проводят перед экранами, существенно уменьшилось. Также за эти годы уменьшилось среднее время на прослушивание радио и прочтение печатных СМИ. На основании этих данных логично было бы предположить, что среднее время использования украинцами Интернета резко возрастет. Однако, как было показано, этого не произошло. Более того, количество украинцев, никогда не пользовавшихся Интернетом, осталось практически неизменным, а масштаб украинской «интернетизации», по сравнению с аналогичным показателем в России, показывает всю свою незначительность. В результате подавляющее большинство населения в качестве основного источника информации использует телевидение, которое характеризуется односторонним влиянием, фактически присутствием субъект-объектных отношений. В то время как Интернет, главным достоинством которого является интерактивность и субъект-субъектные отношения, возможность присутствия и выражения огромного спектра смыслов по одним и тем же социальным процессам, существенно не увеличил свою долю среди граждан Украины. Даже, несмотря на то, что Интернет и по сугубо практическим причинам имеет преимущество перед телевидением, поскольку последнее уже давно в основном черпает оперативную информацию из него.

На основании динамики увеличения среднего времени, которое украинцы проводят в Сети, а также целей, которые они преследуют, используя Интернет, можно прогнозировать, что в ближайшее время ситуация в стране кардинальным образом не изменится. Главным инструментом формирования и корректировки смыслов в обществе и дальше будет телевидение. Поэтому вместо диалога будет преобладать монолог определенных и довольно немногочисленных групп с четкими интересами в экономике и политике.