

## **МНЕНИЕ СОЦИОЛОГА. Телевидение у нас и в странах Запада**

СЕГОДНЯ телевидение в СССР относится к самым распространенным и авторитетным средствам массовой коммуникации. Об этом можно судить и по охвату страны зоной уверенного приема телевизионных программ (86 проц. территории), и по количеству телевизионных приемников у населения - около 85 млн., в том числе 15 млн. - с цветным изображением.

Советское телевидение - это 116 программных центров, расположенных во всех республиках, краях и многих областях страны. Они ведут телепередачи на 40 языках народов СССР. Это более 5 тыс. передающих станций и свыше 3 тыс. станций "Москва", "Экран", "Орбита", 6 искусственных спутников Земли, которые обеспечивают трансляцию и распространение телевизионных программ из Москвы в самые отдаленные районы нашей страны.

"Среднестатистический" советский зритель ежедневно проводит у телеэкрана 2 - 2,5 часа. В странах Запада аналогичный показатель выше. Однако это вовсе не означает, что в СССР телевидение менее популярно. Просто в отличие от Запада оно не стало средством "поп-культуры", заменителем недоступных для большинства трудящихся капиталистических стран духовных ценностей - книг, театра, серьезной музыки, изобразительного искусства. Телевидение в нашей стране прочно заняло свое место в духовной жизни народа, естественно и органично дополняя другие виды искусства, средства эстетического воспитания.

Про СССР не скажешь, что "телевидение отбило у страны вкус к книге, к чтению" (так оценил американский писатель Г. Видал ситуацию у себя на родине). Традиционное пристрастие советских людей к книге, пожалуй, даже усилилось с появлением телевидения: по данным социологов, после показа по ТВ экранизации литературных произведений спрос в библиотеках и магазинах на эти книги резко возрастает.

Что же касается популярности отдельных телевизионных рубрик и жанров, то она различна: от 80 проц. потенциальной телеаудитории до 2 - 3 процентов. Это зависит не столько от качества передач, сколько от их тематики и жанра, адресной направленности.

### **ЗРИТЕЛЬСКИЕ ИНТЕРЕСЫ**

Самой популярной передачей советского телевидения является информационная программа "Время", которую смотрят 150 млн. человек. Она стала, по существу, главным общенациональным источником политической информации. 90 проц. опрошенных трудящихся заявили, что они обычно узнают новости о международной и внутрисоюзной жизни преимущественно из программы "Время".

От 70 до 80 млн. зрителей собирает другая информационно-публицистическая передача Центрального телевидения - "Сегодня в мире".

Эти факты - яркое свидетельство высокой политической культуры и социальной активности советских людей, результат огромной работы партии по идейно-политическому воспитанию трудящихся.

По данным социологов, телевизионные фильмы, особенно многосерийные, стоят по популярности на втором месте после программы "Время". Их смотрит до 100 млн. зрителей. Примерно такая же аудитория у нескольких еженедельных научно популярных и познавательных передач: "Очевидное - невероятное", "В мире животных", "Клуб путешественников", "Вечер в Концертной студии Останкино". И конечно, в нашей стране популярны спортивные передачи.

Телевидение в ведущих капиталистических странах рассматривается большинством населения не столько как средство оперативной и достоверной политической информации, сколько как поставщик

дешевых и доступных развлечений в часы домашнего досуга. Такой вывод содержится, в частности, в недавнем исследовании "Три недоли телевидения", проведенном по инициативе ЮНЕСКО в пяти западноевропейских странах, а также в Канаде и Японии.

Опросы общественного мнения показали, что телезрители этих стран неизменно предпочитают передачи в основном одного плана - "потребительски-развлекательные". Численность аудитории такого рода программ неизменно выше численности любых других передач, составляя, например, в Бельгии и Франции - 48 проц. потенциальной аудитории, в Японии - 44 процента. Причем качество таких программ практически не влияет на их выбор. Подавляющее большинство телезрителей в этих странах постоянно смотрит такие программы, даже если объективно оценивает их качество.

Что касается политических программ, и прежде всего новостей, то, например, только треть итальянцев регулярно смотрит информационные программы. Среднеевропейский рейтинг (численность аудитории) для программ новостей составляет 20 - 21 процент.

При этом следует отметить, что коммерческое телевидение, ставшее ведущей отраслью шоу-бизнеса, крупнейшие национальные телекорпорации США, Англии, Франции, Италии и других капиталистических стран активно используются правящими кругами для манипуляции сознанием масс. Известный в прошлом в США телевизионный комментатор У. Кронкайт признавал в этой связи: "Общий эффект телевидения разрушителен, он разъедает в нас доверие. Может быть, пройдет время, и до всех дойдет, что они, как правило, последние, кто узнает правду".

## ВАЖНАЯ МИССИЯ

Сравнивая приведенные в статье результаты исследования ЮНЕСКО с данными опросов общественного мнения в нашей стране, следует отметить рост влияния советского телевидения на экономическую и социальную жизнь страны. И дело здесь не только в том, что телевидение ведет активную пропаганду передовых методов труда, борется с бесхозяйственностью и расточительством, активно влияет на формирование психологического и нравственного климата в трудовых коллективах, но и в том, что появление телевидения в отдельных регионах страны снижает миграцию, ускоряет адаптацию населения к новым, часто суровым условиям труда и быта в районах Сибири и Крайнего Севера, где ведутся сейчас крупнейшие стройки пятилетки.

Исследование профессиональной ориентации подростков и молодых рабочих, проведенное, в частности, социологами Гостелерадио СССР, выявило, что выбор 70 проц. школьников и 62 проц. молодых рабочих определялся, наряду с мнением родителей, передачами телевидения и радио.

О популярности телевидения в СССР может свидетельствовать и количество писем, приходящих на студии, - только Центральное телевидение ежегодно получает их свыше 1,5 миллиона.

Телевидение, в свою очередь, стремится как можно ярче, правдивее, глубже раскрыть духовный мир советского человека, показать наиболее характерные черты советского образа жизни, преимущества и достижения реального социализма.

Конечно, не все передачи нашего телевидения создаются на одинаково высоком уровне. Бывает, что некоторые программы вызывают раздражение своей риторикой, отсутствием художественного вкуса. Это сразу же подмечается зрителями, прессой. Вот почему работники советского телевидения, несмотря на все сложности, пытаются сделать каждую программу содержательной и интересной, понимая, что иного пути к уму и сердцу зрителя не существует.

В. ВОЛКОВ, кандидат философских наук