

Секция «Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

## **Объективные потребности населения в получении политической информации.**

**Научный руководитель – Шестерина Алла Михайловна**

***Курмаева Анастасия Олеговна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

*E-mail: Anastasia.kurmaeva@gmail.com*

Информационная потребность определяется как свойство индивида, коллектива или какой-либо системы, отображающее необходимость получения информации, соответствующей характеру выполняемых действий или работы [4]. Необходимо отметить, что такое понятие загоняется в рамки функционирования человека в определенном виде деятельности. Но информационная потребность может быть не связана работой человека, а отражать его интерес к жизни и к тому, что происходит в обществе. Впервые теоретически информационную потребность обществ осмыслил Р. Тейлор. Под выражением информационной потребности он понимал запрос, который формулируется на четырех уровнях:

- идеальный вопрос, который индивид не может сформулировать реально, однако на подсознательном уровне он существует и воплощает собой неоформленную информационную потребность;
- осознанное отношение к информационной потребности (на этом уровне человек может начать искать способы ответа на какой-либо вопрос);
- формирование четкого вопроса и представление того, что конкретно ищет индивид;
- грамотный вопрос в дефиниции информационной системе [3].

Исходя из позиции Р. Тейлора, можно выделить несколько идей относительно информационной потребности личности. Во-первых, существует постоянная информационная потребность, которая формируется на подсознательном уровне. Во-вторых, существует информационная потребность повседневности, которая не нуждается в точных формулировках. В-третьих, выделяют специальную информационную потребность, которая выражается в четко сформулированном вопросе (рисунок 1).

Связывая рассмотренную схему с политическими новостями, можно описать структуру потребностей человека в получении политической информации. Так, неосознанная информационная потребность формируется тем фактом, что все происходящие события так или иначе связаны с политической сферой, таким образом любой человек находится в поле политического влияния. Повседневную информационную потребность можно описать в необходимости индивида получать информацию, которая непосредственно влияет на его жизнь: выборы, внутренняя политика (социальные гарантии, к примеру), внешняя политика, которая влияет на его жизнь (объявление частичной мобилизации из-за проведения специальной военной операции). Специальная информационная потребность может с большой долей вероятности формироваться в научных и экспертных кругах, во время обучения и т.д.

Статистика за 2022 год говорит о том, что россияне на телевидении стали чаще и больше интересоваться новостями: в апреле 2022 года на новости приходилось 14% телезрителей, а на социально-политические программы – 18% (рисунок 2). Таким образом, можно сделать вывод, что запрос на политическую информацию возрастает во времена кризисов или напряженности, что объясняется страхом человека за свое будущее.

В. Шкляр, говорит о том, что все люди интересуются политикой, в той или иной степени. И любая попытка изменить общество – это политическая акция. Политическая осведомленность – это лучший способ позаботиться о благополучии себя и своих близких [6].

Исследователи политических ценностей часто ссылаются на концепцию базовых потребностей как на конечный источник человеческих устремлений. Согласно теории самоопределения (SDT), стандартной теории изучения мотивации, базовые потребности могут быть определены в функциональных терминах как психологические требования для психосоциального функционирования [5]. Согласно SDT, все люди стремятся к автономии, компетентности и причастности. Исследования, вдохновленные SDT, неоднократно показывали, что люди, которые считают эти потребности удовлетворенными, достигают более высоких уровней в различных общепринятых достижениях социальной жизни (например, образование, доход, и т.д.). Любопытно, что исследования политического участия выявили те же самые достижения (образование, доход, и т.д.) в качестве коррелятов политической активности. Следовательно, учитывая повсеместное влияние базовых потребностей на достижения в различных сферах жизни и их связь с участием в политической жизни, опыт, связанный с потребностями, также может играть роль в формировании политической активности.

Удовлетворение потребностей способствует развитию таких тенденций, как любопытство, и способствует усвоению социальных требований, таких как нормы. Эти процессы психосоциального функционирования связаны с политической ангажированностью. Следовательно, психосоциальное функционирование опосредует политическую значимость удовлетворения потребностей (рисунок 3).

Таким образом, потребность в политической информации можно идентифицировать как базовую потребность личности, связанную с достижением каких-либо социально-значимых целей.

Л.Г. Свитич исследует термины информационной потребности и информационного интереса. В ее интерпретации, информационные потребности – это некие объективные «валентности», которые обеспечивают единое информационное пространство, обладающие социальным потенциалом. А интересы – это частные проявления заинтересованности людей, направленные на удовлетворение их желаний [2]. Потребности тесно связаны с категориями общественного мнения и гражданственности, чего-то «серьезного», к чему относится и политическое. В то время как интерес обслуживает поверхностные стремления аудитории. Однако если серьезное политическое неинтересно аудитории, никто никогда его не востребует, что ставит цель совмещения таких категорий.

Политические ток-шоу является источником политической информации. Существует большое количество критики политических ток-шоу. Однако, в то же время, такие ток-шоу являются единственным на сегодняшний день инструментом политического всеобуча, донесения актуальных новостей и трендов мировой политики до миллионов россиян. Замен политическим ток-шоу на данный момент не существует: серьезные книги и аналитические журналы потребитель просто не будет читать. Более того, значительная доля российских ученых не умеют писать доступным языком, наполняя свои статьи сложными конструкциями, которые не воспринимаются обычным потребителем.

Серьезные политические передачи тоже не смотрят. Во-первых, потому, что значительная часть отечественных академиков говорит так, как пишет, — то есть тяжело для восприятия. На один из эфиров «Места встречи» был приглашен один из ведущих российских экспертов по Ближнему Востоку. И когда ему задали конкретный вопрос, он потратил почти минуту на то, чтобы подвести свою мысль к ответу. Именно поэтому и нужны ток-шоу — как смесь развлекательного и образовательного контента [7].

Таким образом, у общества есть информационные потребности, которые направлены на получение необходимой для жизнедеятельности информации. Политическая информация зачастую относится к «серьезной», однако не может быть интересна большой аудитории без включения в нее развлекательного формата. Именно поэтому появляются политические ток-шоу, которые балансируют между серьезным контентом и развлекательной составляющей и являются способом удовлетворения потребностей в получении политической информации.

### Источники и литература

- 1) Загидуллина М.В. Информационная потребность как теоретическая проблема Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2012. № 3(10). С. 196.
- 2) Свитич Л.Г. Социология журналистики: учебное пособие. М.: ВК, 2010. С. 32.
- 3) Тейлор Р. Шум. М.: Мир, 1978. С. 56.
- 4) Терминологический словарь по информатике / Международный центр научной и технической информации. М., 1975. С. 641.
- 5) Ryan R. M., Deci E. L. Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness. New York, NY: Guildford Publications Inc.; The Guildford press. 2017. P. 85.
- 6) Зачем разбираться в политике, когда кажется, что она вас не касается? Отвечает эксперт [Электронный ресурс] // Афиша Daily. URL: <https://daily.afisha.ru/relationship/14826-zachem-razbiratsya-v-politike-kogda-kazhetsya-chto-ona-vas-ne-kasaetsya-otvechaet-ekspert/> (дата обращения: 20.02.2025)
- 7) Мирозян Г. Почему России нужны политические ток-шоу [Электронный ресурс] // Сноб. URL: <https://snob.ru/entry/202375/> (дата обращения: 20.02.2025)
- 8) Mediascope: интернетом в России пользуются 80% населения старше 12 лет [Электронный ресурс] // Mediascope. URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/fd8/RIF\\_mediapotreblenie.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/fd8/RIF_mediapotreblenie.pdf) (дата обращения: 20.02.2025)

### Иллюстрации



Рис. : Рисунок 1 – Структура информационных потребностей личности [1]

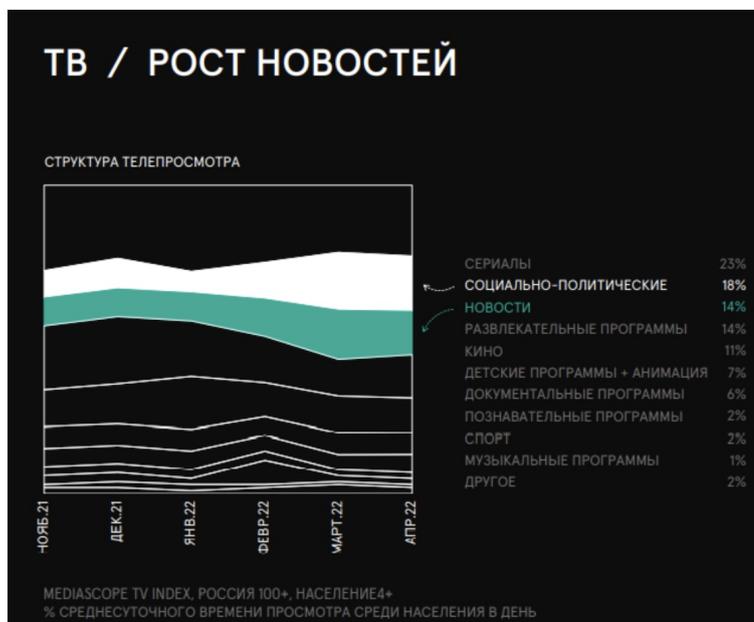


Рис. : Рисунок 2 - Структура телепросмотра в России в период с ноября 2021 по апрель 2022 года [8]

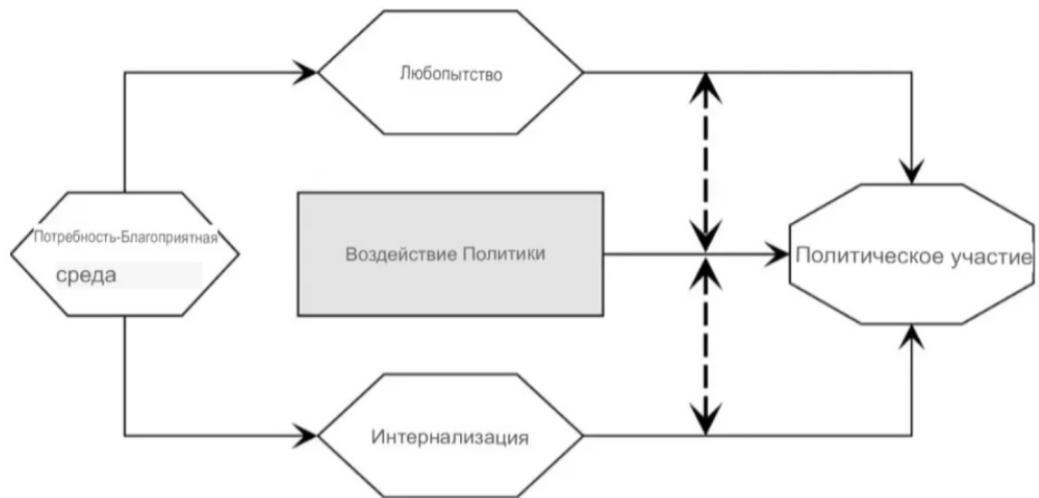


Рис. : Рисунок 3 – Истоки политической вовлеченности