

УЧАСТИЕ МЕСТНОГО ТВ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ВОЛГОГРАДА)

М.Г. Черпак, студент

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва
(Россия, г. Саранск)

DOI: 10.24412/2500-1000-2023-4-4-166-168

Аннотация. В статье рассмотрено значение Муниципального телевидения Волгограда в освещении социокультурной деятельности городских учреждений; выявлено значение муниципальных телеканалов в Российской Федерации; проанализировано телевизионное пространство Волгоградской области; выявлены особенности регионального ТВ, на примере одного из телеканалов было рассмотрено процентное соотношение направленности телевизионной продукции; в конце научного исследования представлен футуристический анализ регионального телевидения.

Ключевые слова: телевидение, телевизионная программа, социокультурность, социокультурная деятельность, медиакоммуникации, «22 кнопка».

Социокультурная коммуникация (от лат. – сообщение, передача; communicate – делать общим, связывать) – это процесс взаимодействия между субъектами социокультурной деятельности (индивидами, группами, организациями и т.п.) с целью передачи или обмена информацией посредством принятых в культуре знаковых систем (языков), приемов и средств их использования. Это один из базовых механизмов и неотъемлемая составляющая социокультурного процесса, что обеспечивает возможность формирования социальных связей, управления совместной жизнедеятельностью людей и регулирования ее отдельных областей, накопление и трансляцию социального опыта [1].

Понятие «социокультурность» применительно к ТВ. Исследователи различают интерпретации использования этого термина в зависимости от подхода к изучению поставленной проблемы. Социолог А.Л. Темницкий выделяет, в частности, целый спектр интерпретаций, среди которых есть и отождествление с «укорененными в обществе культурными традициями, в основе которых лежат базовые ценности, определяющие целостность нации, отдельных групп общества, их «социокультурные коды» [1].

СМИ и телевидение – это еще и социальный институт, созданный массовой коммуникацией, который действует по

определенным нормам и правилам, обеспечивающий оперативное производство и массовое распространение смысловых конструктов, чьим ядром являются способы жизнедеятельности в изменяющихся условиях, в том числе и социокультурной деятельности.

На примере телевизионного пространства Волгограда можно рассмотреть значимость местного телевидения на развитие социокультурной деятельности муниципальных учреждений. На данный момент на территории Волгоградской области ведет свое круглосуточное вещание три телеканала:

1) «Волгоград 24» – телеканал государственной телерадиокомпании «Волгоград-ТРВ». Первый Волгоградский региональный телеканал федерального значения. Начало вещания: 7 сентября 2015 года в рамках исполнения указа Президента России Владимира Путина от 20 апреля 2013 года.

2) «Волгоград 1» – волгоградский кабельный телеканал, вещание которого началось в 2010 году. Охватывает новостную повестку Волгоградской области в целом.

3) Муниципальное телевидение Волгограда (МТВ) – городской телеканал, вещание началось в 1995 году. Целевая аудитория – город Волгоград и его пригород, включая Волжский, в общей сложности

охват составляет более 1,5 миллиона человек.

Несмотря на господствующее положение федеральных телекомпаний, особое место занимают муниципальные телеканалы. Получение местной свежей информации считается важным. Команда Муниципального телевидения Волгограда заинтересована в освещении событий и работы муниципальных органов власти как на телеэкране, так и на информационном портале телеканала: МТВ.ОНЛАЙН.

С активным переходом на цифровое телевидение встал серьезный вопрос, касающийся существования в целом муниципальных телеканалов.

Стоит отметить, что 22-ю кнопку за муниципальными телеканалами с целью поддержать вещателей, транслирующих местные новости, закрепил в поправках законов «О средствах массовой информации» и «О связи» в 2019 году Президент Российской Федерации Владимир Путин. Они

обязывают операторов кабельного телевидения бесплатно размещать в своих сетях на «22-й кнопке» городские телеканалы, чтобы зрители могли узнавать местные новости. Аналогичное требование существует и в отношении обязательных региональных каналов, за которыми закреплена «21 кнопка».

В 2020 году Федеральная конкурсная комиссия по телерадиовещанию выбрала МТВ как обязательный муниципальный канал для жителей Волгограда. Контент Муниципального телевидения Волгограда соответствует всем требованиям для общедоступного телеканала: в сетке вещания находится более 75% национальной продукции, почти весь контент посвящен различным сферам жизни Волгограда. Наиболее полную картину жизни города освещается в программе «Время новостей». Ниже приведена наглядная таблица вещательной сетки МТВ в процентном соотношении по направлению вещания.

Таблица 1. Процентное соотношение телевизионной продукции к направлению вещания

| | Направления вещания | Процентное соотношение | Краткая характеристика |
|----|--------------------------|------------------------|--|
| 1. | Информационное | 30 | Программа «Время новостей» – от политики до погоды, а также специализированные информационные программы, например, «Правовой разворот». |
| 2. | Общественно-политическое | 8 | Еженедельное комментирование событий, имеющих значение для аудитории: еженедельные передачи «Скажите честно», «День района» и другие. |
| 3. | Образовательное | 12 | Еженедельные программы «Библиодень», «Про здоровье» и другие. |
| 4. | Развлекательное | 60 | Мультфильмы и детские художественные фильмы, музыкальные концерты, отечественные и зарубежные фильмы, телевизионные сериалы, юмористические и развлекательные программы. Также программы собственного производства, например, «Афиша выходного дня». |

Можно сделать вывод, что телепродукция Муниципального телевидения Волгограда охватывает все направления вещания. Освещение ТВ деятельности муниципальных учреждений стимулирует их сотрудников повышать эффективность своей работы, для них это создает стимул для создания качественной ресурсной базы организаций, с целью создания привлекательного образа для будущих съемок. Понятия «муниципальные телеканалы» и «социокультурная деятельность» нераз-

рывно связаны между собой: редакции такого формата ТВ направлены на доставку до жителей города свежую информацию муниципальных учреждений и органов власти.

Наглядным примером служит программа МТВ «День района». Новые выпуски выходят еженедельно, каждый из которых посвящен одному из районов Волгограда. Освещаются все сферы жизни города: жители могут узнать новости в сфере культуры, общественной деятельности, что ново-

го происходит в плане благоустройства района, как работают муниципальные органы власти, а также как справляются с возникающими вопросами.

Если говорить о футуристическом анализе телекомпаний в Российской Федерации, то наблюдается такая тенденция:

В некоторых регионах видно стремление правительства к объединению всех (или только электронных) принадлежащих ему СМИ под одним управляющим, будь то юридическое лицо или управляющий-физлицо [2]. Подобные примеры существуют в разных городах России, например, Белгороде, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, а также в Волгограде. С 2017 года в городе образовано МАУ «Информационное агентство Волгограда». В нем объединены Муниципальное телевидение Волгограда, по совместительству функционирует информационный портал телеканала – МТВ.ОНЛАЙН, также в муниципальное автономное учреждение входит

газета и информационный портал «Городские вести» (выпускается в печатном варианте с 1990 года, в электронном – с 2010 года).

С сентября 2020 года по декабрь 2021 года состоялось 13 конкурсов, где разыгрывались 53 города, но в шести из них решение (по тем или иным причинам) принято не было. На конец 2021 года выбранных «22-х кнопок» было 47 [2].

Можно сделать вывод, что муниципальные телеканалы востребованы в современном медиaprостранстве Российской Федерации, соискателей «22 кнопки» не уменьшается. На примере телевизионного пространства Волгоградской области было рассмотрено влияние местного телевидения на повышение уровня социокультурной деятельности. Таким образом, спрос на качественные свежие новости муниципалитетов и возможность ориентироваться в политической и общественной жизни города остается актуальным.

Библиографический список

1. Социокультурная роль российского ТВ в национальном информационном пространстве: учеб. пособие / под ред. С.Л. Уразовой. – Москва: ИП Головки Сергей Борисович, 2014. – 280 с.
2. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития // Официальный сайт Национальной Ассоциации Телерадиовещателей. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nat.ru/issledovaniya-otchety/> (дата обращения: 10.04.2023).
3. О канале «МТВ» // МТВ.ОНЛАЙН. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--b1ats.xn--80asehdb/about> (дата обращения: 11.04.23)

PARTICIPATION OF LOCAL TV IN THE SOCIOCULTURAL ACTIVITIES OF MUNICIPAL INSTITUTIONS (ON THE EXAMPLE OF VOLGOGRAD)

M.G. Cherpak, Student
Ogarev Mordovia State University
(Russia, Saransk)

Abstract. *The article examines the importance of Volgograd municipal television in the coverage of socio-cultural activities of urban institutions; reveals the importance of municipal TV channels in the Russian Federation; analyzes the television space of the Volgograd region; identifies the features of regional television, the percentage of the orientation of municipal TV channels in the Russian Federation. television production was examined on the example of one of the TV channels; at the end of the scientific study, a futuristic analysis of regional television is presented.*

Keywords: *television, television program, socioculturality, sociocultural activity, media communications.*