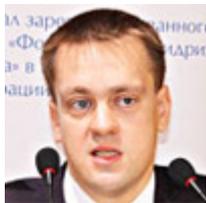


Студенты СФУ исследовали медиапредпочтения красноярцев

Студенты и преподаватели отделения журналистики СФУ исследовали информационные потребности жителей краевого центра.



«Социологическое исследование проводилось в инициативном порядке. Участвовали студенты-дипломники нашей кафедры. Нам показалось интересным выявить информационные предпочтения красноярцев разного возраста, а также взглянуть на работу нынешних журналистов глазами населения, — рассказывает заведующий кафедрой журналистики СФУ Кирилл Зорин. — В торговых комплексах, почтовых отделениях, поликлиниках, на авто- и железнодорожном вокзалах и в Интернете ребята опросили около 500 горожан разного возраста. И во всех возрастных группах респондентов было выдержано характерное для нашего края гендерное соотношение: 45 % опрошенных составили мужчины, 55 % — женщины».

Предсказуемо в приоритете у красноярцев оказалась **информация о городе**. Также исследователи отмечают высокую потребность граждан в информации о жизни и событиях в мире, в стране и в крае. Низкий интерес жителей краевого центра к событиям в соседних регионах исследователи объясняют следствием «местечковости» сознания и результатом разрыва информационного поля страны, когда информация о соседях редко освещается федеральными СМИ и практически не освещается местными. При этом представителей всех возрастных категорий горожан интересует анализ общественно-значимых проблем, объяснение их причин, а также «полезные советы» — готовые решения проблем, с которыми мы сталкиваемся в повседневной жизни.

По данным исследования из широкого спектра телевизионных программ **красноярцы всех возрастов предпочитают информационные**. Их популярность у населения достигает максимума в группах старше 40 лет. Горожане этого возраста также смотрят научно-популярные программы, художественные фильмы, различные ток-шоу, дебаты и интервью. Основными зрителями сериалов признана возрастная группа от 30 до 40 лет. Молодежь до 25 лет интересуется развлекательными шоу и художественными фильмами.

Необходимую информацию красноярцы ищут в разных источниках. Представители возрастной категории «18-25» находят ее в социальных сетях, на информационных сайтах и иногда смотрят телевизор. По популярности он на третьем месте, значительно уступая онлайн-ресурсам. Красноярцы в группе «25-30» одинаково активно пользуются социальными сетями, информационными ресурсами Интернета и телевизором. Группа «30-40» менее зависима от социальных сетей, получает информацию по ТВ, в Интернете и иногда слушает радио. Горожане старше 40 лет относительно мало интересуются соцсетями. Глобальную часть информации они получают по телевизору, иногда читают газеты, журналы и слушают радио.

Кроме каналов коммуникации исследователи интересовались **тематическими предпочтениями**. Так, жители краевого центра до 25 лет и старше 40 активно интересуются общественной жизнью: политикой, международными отношениями, экологией, происшествиями, криминалом. Наука, техника и образование наиболее востребованы возрастной группой «30-40». Экономика, бизнес и финансы интересуют горожан старше 30 лет. ЖКХ и ремонт популярны в группе «50+». Вопросы

карьеру и занятости наиболее важны для красноярцев 18–30 лет. Информация о шоппинге, автомобилях и сельском хозяйстве интересна группе «40–50». Модные тенденции, компьютеры, гаджеты и цифровые технологии внимательно изучает молодежь от 18 до 25. Наибольшую удовлетворенность освещением в СМИ красноярцы высказали по темам: туризм, компьютеры, гаджеты и цифровые технологии. По мнению респондентов хуже всего освещаются занятость, карьера, рынок труда.

Во всех возрастных группах старше 25 лет информированием населения довольны 13–17 % респондентов. Только в группе «18–25» работой СМИ удовлетворены 47 % опрошенных. Напомним, что эта группа в основном пользуется соцсетями и сайтами и не очень критична по отношению к СМИ. К **недостаткам современных СМИ** все возрастные группы относят обилие пропаганды, заказных материалов, недостоверность информации, поверхностное и необъективное освещение событий. Старшие возрастные категории горожан добавляют к этому непрофессионализм журналистов и чрезмерное количество рекламы.

[Пресс-служба СФУ](#), 5 сентября 2014 г.

© Сибирский федеральный университет. Редакция сайта: +7 (391) 246-98-60, info@sfu-kras.ru.

Адрес страницы: <https://news.sfu-kras.ru/node/14241>