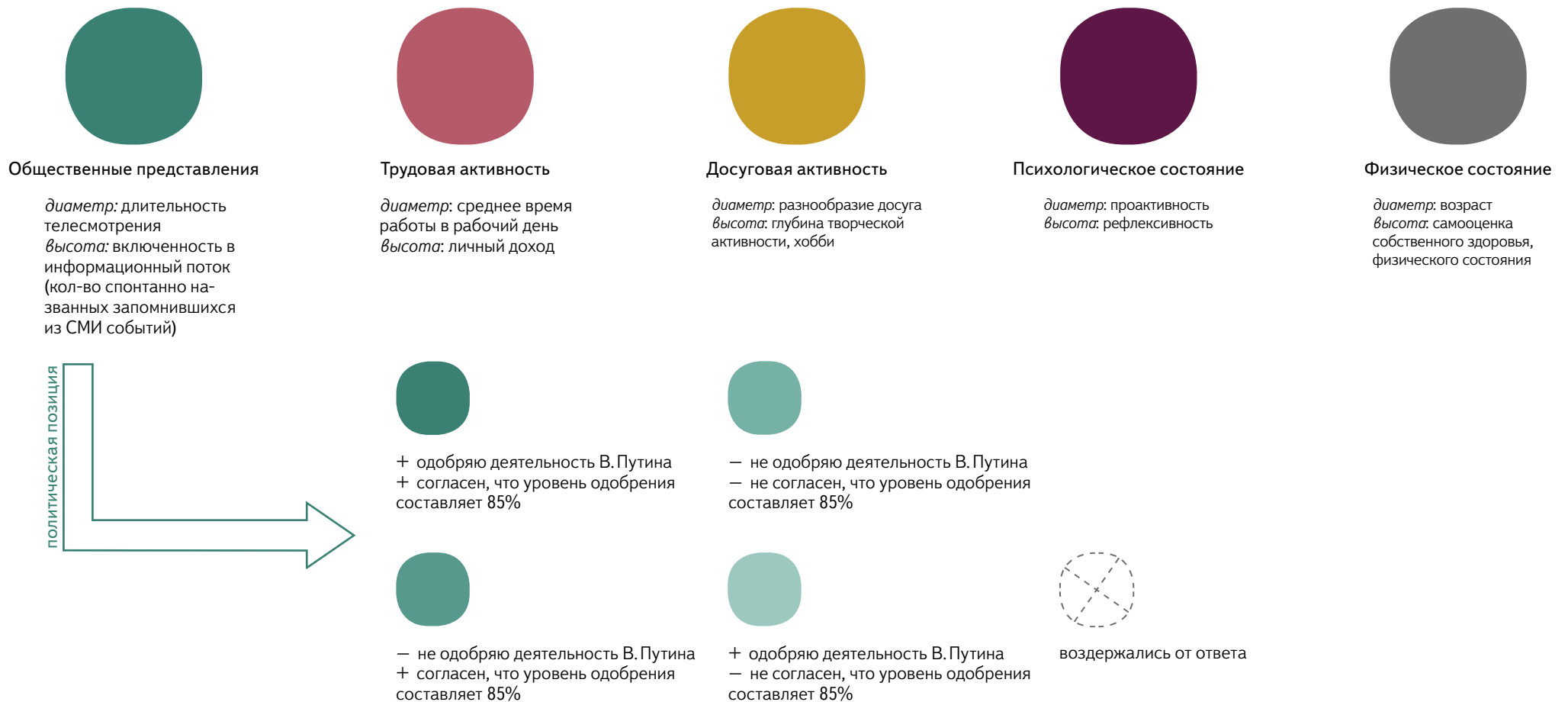
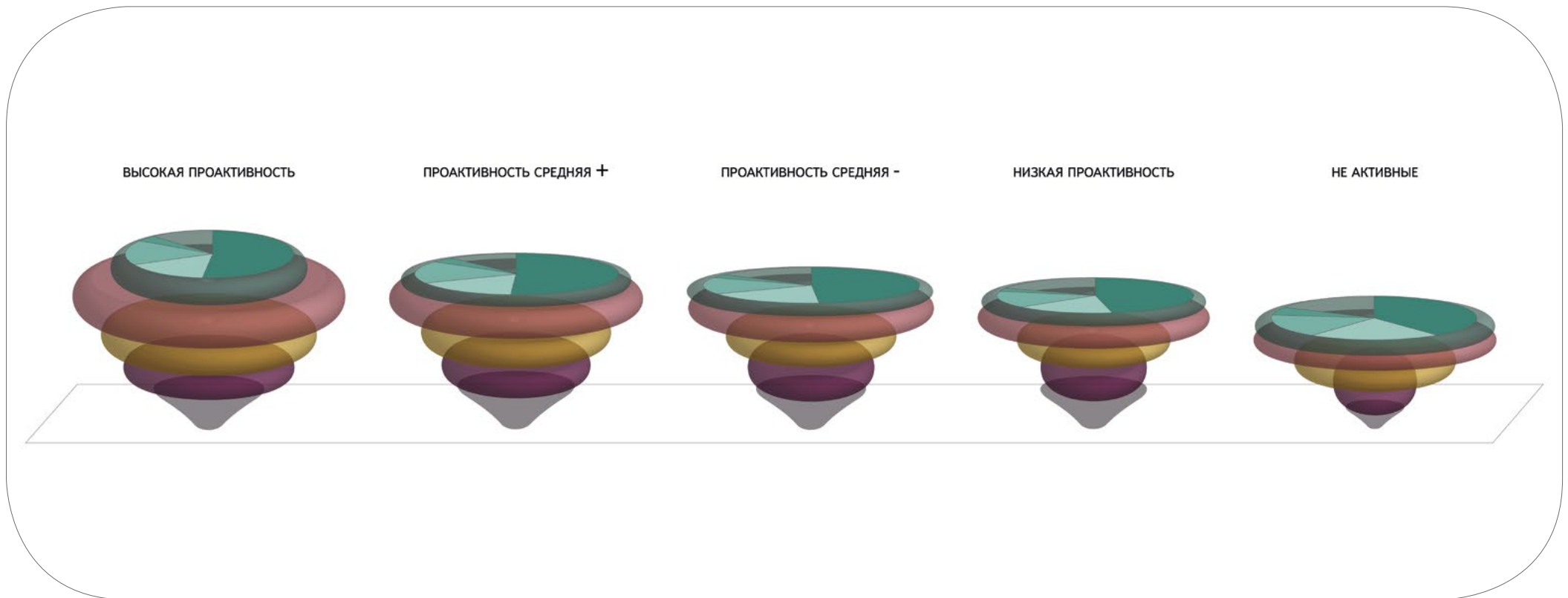


# Колебания физического и психологического состояния, досуговой и трудовой активности в связи с длительностью телесмотрения и структурой одобрения деятельности Президента В. В. Путина у лиц с различной степенью выраженности проактивности



При реализации проекта использовались средства государственной поддержки, выделенные «КЛАСС. Тренинг. Коучинг. Консалтинг» в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 01.04.2015 №79-рп и на основании конкурса, проведенного Фондом ИСЭПИ

Проведенным исследованием (зима-весна 2016)  
было установлено следующее:

Общественно-политическая позиция общества и её устойчивость на коротких сроках не зависит от объема и характера получаемой через средства массовой информации;

Сравнительно большее медиапотребление, особенно телевидения, способствует укреплению исходной позиции, вне зависимости от совпадения содержания информационного потока и личной позиции;

Люди с низкой проактивностью и с большим объемом телесмотрения занимают более критическую позицию по отношению к Президенту и его деятельности;

Наиболее активная и продуктивная часть российского общества скорее избегает контакта с российскими средствами массовой информации, как не с сообщаемыми им ничего интересного;

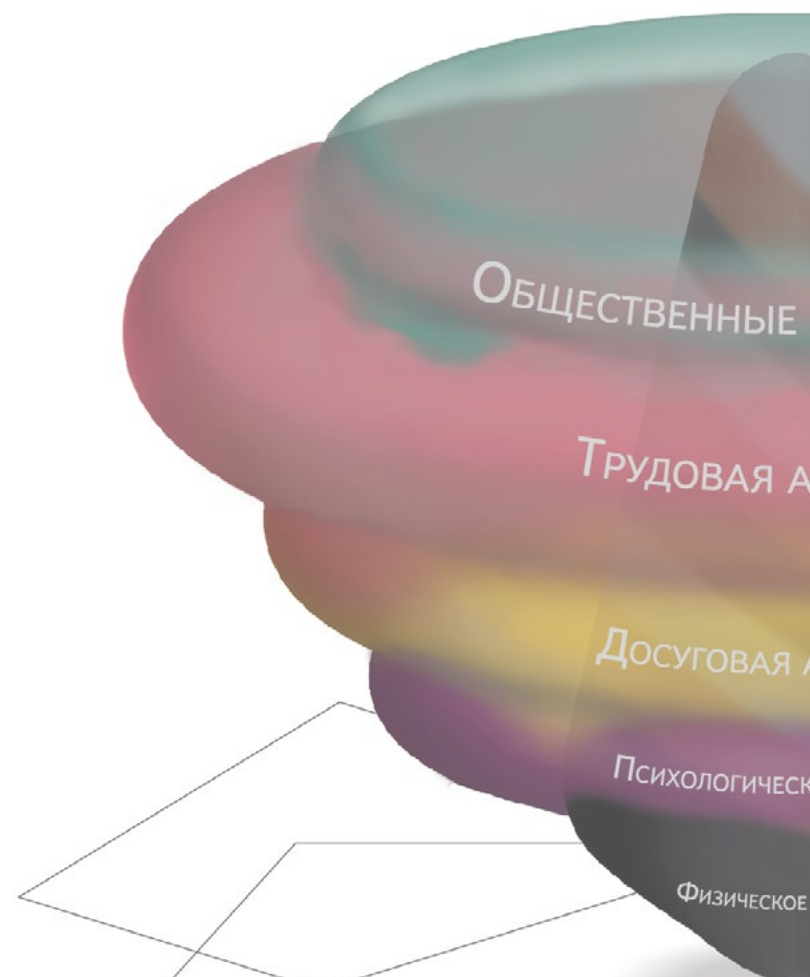
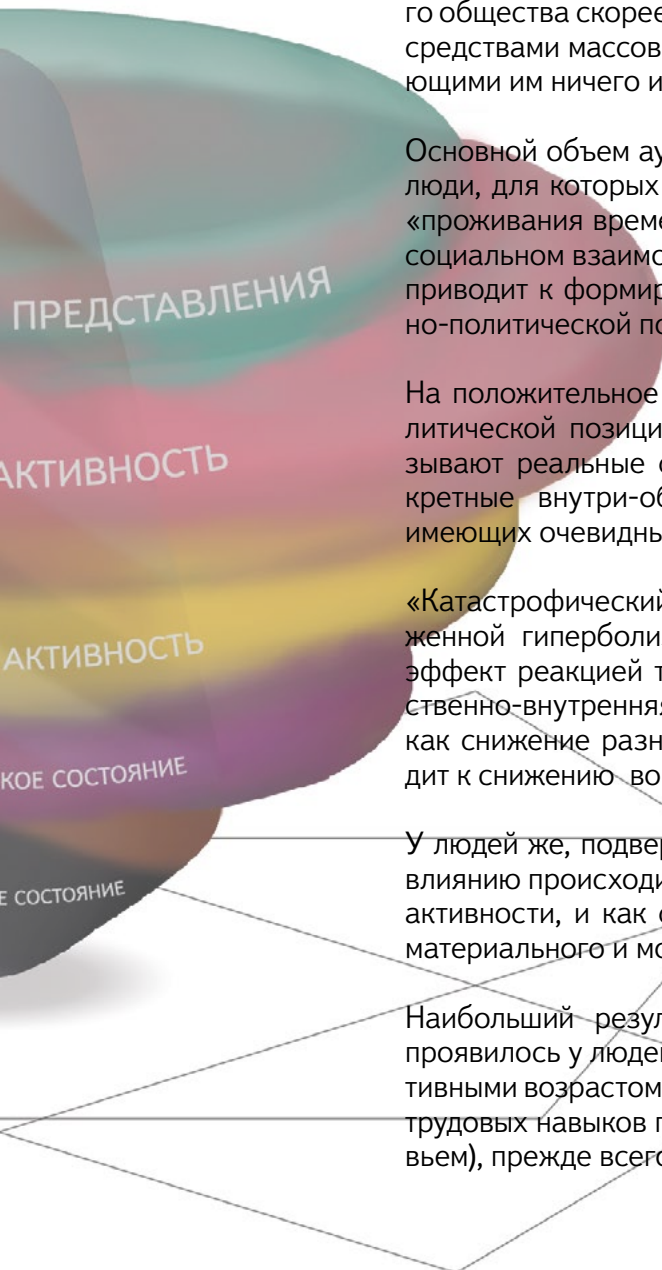
Основной объем аудитории телевидения составляют люди, для которых телесмотрение является формой «проживания времени», так как в непосредственном социальном взаимодействии они не эффективны, что приводит к формированию критической общественно-политической позиции;

На положительное формирование общественно-политической позиции людей ключевое влияние оказывают реальные события их личной жизни и конкретные внутри-общественные действия властей, имеющих очевидный эффект;

«Катастрофический» характер повестки дня, с выраженной гиперболизацией сформировал очевидный эффект реакцией только на «катастрофы», а общественно-внутренняя повестка дня игнорируется, так как снижение разнообразия «повестки дня» приводит к снижению вовлеченности людей;

У людей же, подвергшихся этому информационному влиянию происходит снижение трудовой и досуговой активности, и как следствие снижение самооценки, материального и морального состояния;

Наибольший результат негативного влияния СМИ проявилось у людей, считающихся наиболее продуктивными возрастом (35-50 лет, возраст максимальных трудовых навыков при отсутствии проблем со здоровьем), прежде всего женщин.



**Способами повышения трудовой и иной мотивации могут послужить следующие мероприятия:**

Существенное — на 30-40% — уменьшение объема информационного вещания на телевидении как за счет уменьшения количества выходов новостных передач в течении дня и недели, так и за счет уменьшения и жесткого соблюдения времени трансляции информационно-аналитических передач;

Изменение содержания передач, за счет уменьшения времени, посвященного событиям вне страны и увеличению времени, посвященного региональным событиям;

Уменьшившийся информационный поток может в большей степени содержать информацию о событиях, каждое из которых хотя и интересует небольшую долю населения, но формирует у них уверенность в том, что его деятельность представляет интерес для кого-то кроме него самого. К таким событиям могут быть отнесены сообщения о различных событиях досуговой сферы (спектакли, художественные выставки, выход книг, выставки собак и цветов и т. д.).