

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕЛЕАУДИТОРИИ МОГИЛЕВЩИНЫ

Одним из наиболее распространенных направлений в исследовании массовой коммуникации является изучение массовой аудитории СМИ. Популярность подобных исследований объясняется необходимостью получения достоверных знаний о предпочтениях телезрителей и их роли в формировании общественного мнения.

Широкий охват аудитории, попадающей под информационное воздействие СМИ, в очередной раз подтвердился в ходе социологического опроса, проведенного могилевскими социологами летом 2007 года. В состав выборочной совокупности было включено 686 человек, отобранных по квотно-пропорциональной выборке в областном центре и еще пяти районах Могилевской области, исследование проводилось методом анонимного анкетирования.

Среди жителей Могилевщины, наиболее популярными источниками информации являются: телевидение (89,9 %); периодические издания (43,4 %); радио (34,3 %); Интернет (7,0 %). Популярность телевидения среди прочих СМИ, по данным ряда опросов, в том числе и могилевских социологов, остается неоспоримой на протяжении многих лет. Популярность объясняется такими его преимуществами как: массовость, доступность,

оперативность, «зрелищность». Поступающая с экрана информация легко воспринимается аудиторией благодаря аудиовизуальному эффекту существенно облегчающему процесс усвоения информации реципиентом.

Опрос показал, что жители региона достаточно много времени уделяют ежедневному просмотру телевизионных передач. Как правило, телеканалы «придерживают» до выходных дней наиболее популярные и рейтинговые телепередачи и кинофильмы, поэтому число зрителей в эти дни увеличивается (рис. 1):

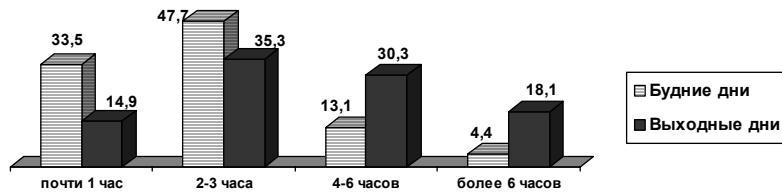


Рис. 1. Частота просмотра телепрограмм респондентами, %

В ходе изучения аудитории, важно учитывать в какое время суток около телевизора собирается максимально возможное число зрителей. В могилевском варианте предпочтения выглядят так (рис. 2):

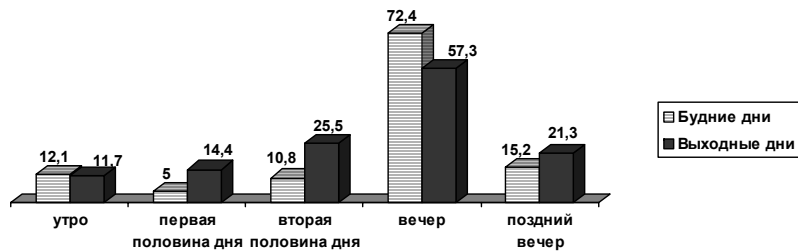


Рис. 2. Популярность времени суток при просмотре ТВ у населения, %

Несколько лет назад вся территория страны покрывалась российскими телеканалами, абсолютными фаворитами были такие гиганты вещания как ОРТ, НТВ и РТР. На медиарынке Беларуси за последние 6–7 лет произошли существенные изменения, направленные главным образом на популяризацию отечественных телеканалов. Несмотря на это можно проследить некоторую аналогию с лидерами прошлых лет, что само собой поднимает ряд вопросов относительно истинной причины популярности. В настоящее время телезрители Могилевщины предпочитают передачи телеканалов, расположенных в следующей последовательности:

ОНТ, НТВ в Беларуси, РТР в Беларуси, Первый, СТВ, ЛАД, областная телестудия Могилев-1, городской телеканал Могилев-2. Отмечено существенное снижение интереса к программам областной телестудии Могилев-1 (рис. 3), что объясняется прекращением трансляции данных передач в эфире собственного канала.

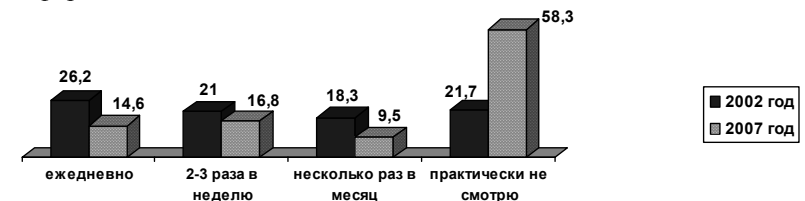


Рис. 3. Популярность просмотра телепрограмм Могилев-1 жителями области за 2002 и 2007 гг, %

Соцопрос показал существенное различие в восприятии социальной и коммерческой телевизионной рекламы жителями области. Вариант ответа «смотрю с интересом» для характеристики социальной рекламы выбрало 32,1 %, в то время как коммерческую рекламу предпочли всего 1,7 %. Оценкой «безразлично» выразили свое отношение к социальной рекламе 12,7 % и 29,3 % – к коммерческой. Переключают канал телевизора во время показа роликов социальной рекламы 15,0 % и почти в два раза чаще во время роликов коммерческой рекламы – 36,4 %. «На другие дела» отвлекаются (чаще всего покидают помещение, где находится телевизор) 9,9% во время социальной рекламы, и в два с половиной раза чаще делают это респонденты, когда показывается коммерческая реклама (22,7 %). Вариант ответа, относящийся к коммерческой рекламе – «надо запретить», выбрало 15,2 % и 7,7 % говоря о социальной рекламе.

Аза Плавник

Белорусский государственный университет

РАЗВИТИЕ НОВЫХ ФОРМ ОБЩЕНИЯ СО ЗРИТЕЛЕМ НА БТ 60-х гг. XX СТОЛЕТИЯ

Системный анализ истории национального ТВ позволяет выделить несколько этапов в его развитии, каждый из которых имеет свои особенности, вызванные изменениями как в политической и духовной жизни об-