

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА АУДИТОРИИ РАДИОВЕЩАНИЯ (по результатам медиаизмерений)

А. В. Посталовский

*Центр социологических и политических исследований
Белорусского государственного университета,
ул. Академическая, 25, 220072, г. Минск, Республика Беларусь,
postalnio@tut.by*

В публикации рассматривается социально-демографическая структура национальной аудитории радиовещания, сформированная на основании регулярных медиазамеров аудиторных показателей. Сбор аудиторных показателей осуществляется национальным медиаизмерителем – исследовательской компанией ЗАО «МедиаИзмеритель» посредством ежедневных телефонных опросов городского населения по методике «Day after recall». Полученные эмпирические данные позволяют сформировать социально-демографический портрет современного радиослушателя.

Ключевые слова: медиаизмеритель; медиаизмерение; радио; аудитория; панель; day after recall.

SOCIO-DEMOGRAPHIC STRUCTURE OF RADIO BROADCASTING AUDIENCE (by the results of media measurements)

A. V. Postalovsky

*Center of Sociological and Political Studies
of Belarusian State University,
25, Academic Str., 220072, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. V. Postalovsky (postalnio@tut.by)*

The publication examines the socio-demographic structure of the national broadcasting audience, formed on the basis of regular media measurements of audience indicators. The collection of audience indicators is carried out by the national media meter – the research company CJSC «MediaIzmeritel» through daily telephone surveys of the urban population using the «Day after

recall» method. The empirical data obtained make it possible to form a socio-demographic portrait of a modern radio listener.

Key words: media meter; media metering; radio; audience; panel; day after recall.

Исследовательская компания ЗАО «МедиаИзмеритель» осуществляет сбор и анализ аудиторных данных, характеризующих использование повседневных практик радиовещания. Полученный эмпирический массив позволяет, с одной стороны, получить комплексное представление об основных тематических и содержательных трендах радиопрослушивания, с другой стороны – делает возможным формирование социально-демографического профиля аудитории радио. Основным методом сбора эмпирической информации выступает методика ежедневных регулярных опросов городского населения «Day after recall», реализуемая по репрезентативной национальной стратифицированной выборочной совокупности. Указанная методика ориентирована, прежде всего, на фиксацию прослушивания, заключающуюся в получении ответов на вопросы – «слушал радио или нет», «воспоминания по вчерашнему дню прослушивания», «устройства, места прослушивания» и т. д. В связи с этим, целью настоящей публикации выступает реферативный анализ эмпирических данных, позволяющих сформировать социально-демографическую структуру радиослушателей.

На рисунке 1 представлены показатели среднесуточного прослушивания радио в разрезе пола и возрастных групп.

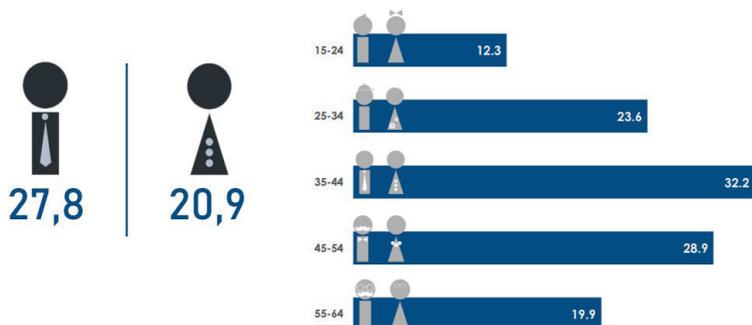


Рис. 1. Показатели среднесуточного объема прослушивания в %

Аудитория радио является преимущественно мужской (27,8 % – мужчины, 20,9 % – женщины, 51,3 % населения – не слушает радио). Указанные показатели получены из общего массива данных регулярных опросов населения за шестимесячный период – 22 500 респондентов, из которых 48,7 % являются слушателями радио (сумма показателей 27,8 % и 20,9 %). Слушателем радио является респондент, который слушал радио хотя бы 1 раз (может назвать хотя бы одну радиостанцию) в течение последних семи дней. Распределение аудитории по полу (преимущественно мужская аудитория) в целом отражает те же тенденции, которые были получены Центром социологических и политических исследований БГУ в 2020 году в рамках массового опроса населения, что позволяет считать данные как медиаизмерений, так и опроса общественного мнения репрезентативными, поскольку оба метода сбора эмпирической информации позволили выявить схожие показатели.

На рисунке 2 представлены показатели среднего времени радиопрослушивания как в разрезе аудитории радио, так и в разрезе всего городского населения, в которое включены респонденты, которые не являются слушателями радиостанций.



Рис. 2. Средняя длительность слушания, мин.

Объем суточного прослушивания составляет 228 минут среди слушателей радио. Объем прослушивания рассчитывается исходя из метрики AQH (Average Quarter Hour), в которой минимальная единица прослушивания составляет 15 минут. Если рассматривать показатели в разрезе населения в целом (население может как слушать, так и не слу-

шать радио), то общий объем суточного прослушивания составляет 228 минут.

Таким образом, на основании вышесказанного необходимо отметить следующее. Структура аудитории радиовещания по результатам ежедневных медиазамеров представляет собой условный ромб, в котором условным «ядром» аудитории является социально-демографическая группа в возрасте 35–44. Наименьшие аудиторные показатели объема радиопрослушивания фиксируются в «крайних» возрастных группах 15–24 (наиболее молодая группа радиослушателей) и 55–64 (наиболее возрастная группа аудитории радио). В контексте анализа эмпирических данных по полу респондентов аудитория радио является преимущественно мужской. Основным местом радиопрослушивания является автомобиль, что, в свою очередь, обуславливает условно «мужскую» составляющую аудитории, поскольку основную массу автолюбителей составляют как раз мужчины.