

Параметры телепотребления саратовской молодежной аудитории

Бондаренко Мария Николаевна

Студент (специалист)

Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия

E-mail: mariabmn@yandex.ru

Появление новых коммуникативных и информационных технологий воздействует на общество, тем самым трансформируя его социальные практики и повседневность индивида. Современный человек не мыслит своего существования без участия в информационном круговороте. Телевидение уже больше десятилетия назад вошло в систему повседневных практик россиян, оно приобрело множество ролей: средство массовой коммуникации, компонент досуговой деятельности, агент социализации, социальный институт. Такой набор ролей ярко демонстрирует высокий уровень значимости социально-ориентированной деятельности телевидения и подчеркивает его интенсивное воздействие на социум. Особый интерес вызывают повседневные практики телепросмотра, тем, что они наиболее ярко иллюстрируют отношение к телепотреблению и степень потенциального влияния на телеаудиторию.

Летом 2013 года было проведено авторское исследование, методом раздаточного анкетирования было опрошено 200 человек по многоступенчатой квотно-районированной бесповторной выборке.

Охарактеризуем саратовскую молодежную телеаудиторию. Постоянными телезрителями являются 79% саратовской молодежи. Особенности телепотребления проявились в таких компонентах как среднее время телепросмотра, способах телесмотрения и в жанровых предпочтениях. Среднее время телепросмотра составляет 3 часа в день. 31,3% опрошенных смотрят телевизор для развлечения, для 30,8% саратовцев телевидение это источник информации, 26,8% включают телевизор, чтобы заполнить пространство, для 4,5% опрошенных телевидение это способ занять время и лишь 1% используют телевидение для обучения.

Рассмотрим способы телесмотрения саратовской молодежи. 37,4% саратовцев чаще всего занимаются - фоновым просмотром, под которым понимается совмещение телепросмотра с какой-либо деятельностью. 28,9% опрошенных смотрят что-то определенное и внимательно досматривают до конца, 27,9% выбирают запинг (переключение с канала на канал), 3,7% ответивших смотрят что-либо лишь до первой рекламы и 2,1% совмещают все указанные способы телесмотрения.

Главными факторами влияния на выбор способа телесмотрения саратовской молодежи являются: половая принадлежность, род занятия, основная цель использования телевидения.

Распределение по гендеру показывает, что для женщин преобладающими являются фоновое телесмотрение (48,9%), запинг (24,5%) и внимательное телесмотрение (22,3%). Для мужчин: внимательный просмотр (38%), запинг (31,3%) и фоновое смотрение (26%). Выдвижение у женщин на первый план фонового смотрения иллюстрирует восприятие телесмотрения второстепенным видом деятельности, здесь телевидение является заполнителем пространства во время совершения каких-либо действий: домашних обязанностей, ухода за собой и т.п. Мужчины же к телепросмотру относятся более ответственно, предпочитая просматривать всю передачу внимательно от начала и до конца, не упуская при этом никаких деталей.

Распределение по роду занятий демонстрирует такие зависимости: группы совмещающие работу и учебу предпочитают фоновое телесмотрение (53,7%), в группах работающих и учащихся одинаково популярны заппинг, внимательное и фоновое телесмотрение. В группе тех, кто не работает и не учится самым популярным является внимательное телесмотрение, заппинг занимает второстепенные позиции.

Популярность заппинга и фонового телесмотрения свидетельствует о том, что телепросмотр становится способом заполнить свободное время, либо пространство во время какой-либо деятельности. То есть электронные шумы становятся неотъемлемой частью быта и без них окружающая обстановка не может считаться комфортной.

Фоновое телесмотрение востребовано по той причине, что этот способ удобен в том случае, когда нужно параллельно уладить какие-либо возникшие дела, например, занятие уборкой. Второй причиной востребованности для таких групп как работающие и совмещающие работу и учебу является тот факт, что загруженность трудового и учебного графика не позволяет этим группам сфокусироваться на внимательном телесмотрении.

Одним из самых мощных факторов воздействия на выбор способа телепотребления стали цели использования телевидения. Те, респонденты для которых главенствующей является информационная цель, в основном прибегают к внимательному телесмотрению (50%). Выход внимательного телесмотрения на первый план закономерен, так как приоритет получения информации вынуждает сфокусировать все свое внимание на источнике ее получения.

Респонденты, для которых приоритетна развлекательная цель телепросмотра, выбирают заппинг (41,4%) и реже используют внимательное телесмотрение (27,6%). Молодежь, использующая телевидение как способ занять время, выбирают фоновое телесмотрение (66,7%) и заппинг (33,3%). Такой выбор респондентов иллюстрирует тот факт, что для молодежной аудитории содержание просматриваемых для развлечения телепередач не является существенным.

Закономерным является выбор способа фонового телесмотрения (79,2%) как основного теми, кто выбрал целью телепросмотр как фон для деятельности. Те, кто видит в телепотреблении главенство информационной и развлекательной целей одновременно, используют в основном внимательное телесмотрение (46%) и заппинг (27%), что иллюстрирует тот факт, что для респондентов этой группы наиболее значимо содержание эфира в момент телепросмотра.

Что касается жанровых предпочтений, то наиболее интересны для респондентов развлекательные передачи (музыкальные и юмористические - 46,7%, реалити-шоу - 18,6%, модные программы и светская хроника - 16,1%), что дает повод предположить, что основная цель телесмотрения - развлечь себя. Но так же высокие позиции занимают познавательные передачи (научно-познавательные программы - 37,2%, биографические - 31,2%, политические - 20,1%, экономические - 7,5%) в сумме эти результаты говорят о том что телепотребитель видит в телевидении не только инструмент развлечения, но и возможность развиваться, узнавать что-то новое.

Специфической чертой телепотребления саратовской молодежной аудитории является его развлекательно-фоновая направленность. Происходит качественное изменение практик телепотребления, которое становится способом временного отвлечения внимания от повседневной деятельности.