

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРАКТИК ТЕЛЕПОТРЕБЛЕНИЯ В РОССИИ

Е. В. ОВЧИНСКАЯ

ОВЧИНСКАЯ Екатерина Витальевна - социолог отдела социологических исследований Аналитического центра "Видео Интернешнл" (E-mail: EOvchinskaya@vitpc.com).

Аннотация. Анализируются практики телепотребления и структура телевизионной аудитории в российском обществе во второй половине XX - начале XXI вв.

Ключевые слова: телепотребление * структура телевизионной аудитории

Телевидение настолько прочно вошло в повседневный обиход россиян, что стало обыденным элементом жизни (некоторые даже отказываются от "ящика" как от чего-то "низкого, недостойного"). Но поначалу "голубой экран" был чем-то непостижимо чудесным; Владимир Саппак в книге "Телевидение и мы" (1963) писал: "Пустеют улицы. Театры. Читальные залы... Телевизор приковывает человека к дому, замыкает в малом мирке семьи" [1, с. 13 - 15]. Однако из этой цитаты можно уловить и негативную интонацию в отношении телевидения - оно разъединяет людей на макросоциальном уровне. С ростом уровня доступности телевидения вопрос о том, насколько сильна его дезинтегрирующая функция, становится острее. Все больше семей приобретают два и более телеприёмников.

Ежегодно с 2000 г. аналитическим центром "Видео" проводится исследование "Телевидение глазами телезрителей"¹. По полученным данным, в 2002 г. большинство

стр. 129

¹ Генеральная совокупность исследования - население городов численностью более 100 тыс. чел., старше 15 лет; выборка - около 3000 чел. Метод - личное интервью.

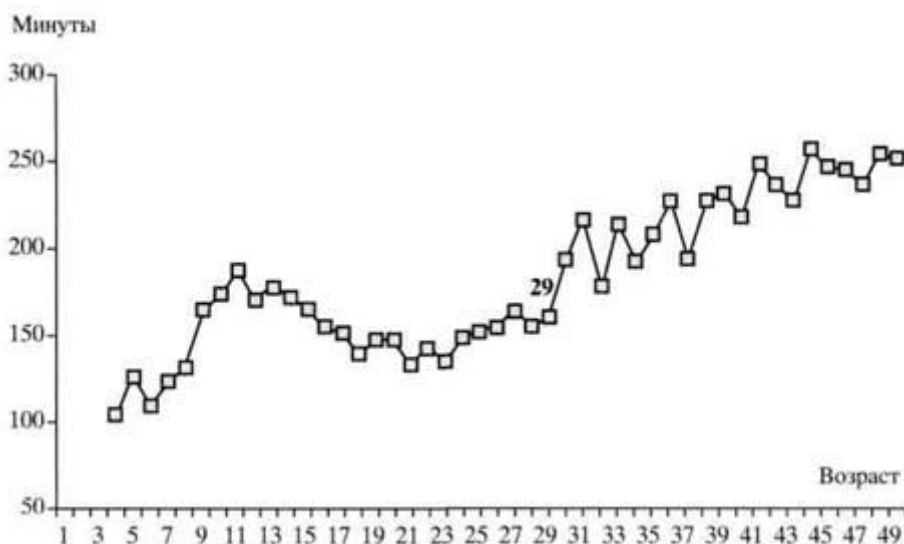


Рис. Среднесуточный охват телевидения (Данные TV Index, 2008 г., россияне в возрасте 4 - 50 лет)

респондентов (71%) имели один телевизор, к 2008 г. таковых осталось 50%. При этом существенно выросло количество домохозяйств, оснащенных двумя (с 24% в 2002 г. до 37%) и тремя и более телеприемниками (с 5% в 2002 г. до 11%). К 2008 г. домашний просмотр доминирует в общем объеме телепотребления, составляя 97,5% от общего объема телесмотрения. Находясь дома, члены семьи "разбредаются" по комнатам посмотреть интересующую программу. Ведь если в Советском Союзе было 2 - 3 "кнопки", то в 2008 г. в среднем каждое домохозяйство принимало 21 телеканал. Кроме того, появились специализированные каналы, увеличилось общее жанрово-тематическое разнообразие эфира. Порой же телевизор оказывался и интегрирующим элементом семейного уклада: члены семьи смотрели его не ради интересующей программы, а для того, чтобы побыть вместе за телепросмотром (рис.).

Как мы уже отметили выше, большинство семей - вместе или отдельно - смотрят телевизор дома, поэтому можно предположить наличие взаимосвязи между временем нахождения человека дома и временем, которое он уделяет телепросмотру. Известный социолог Б. М. Фирсов в книге "Пути развития средств массовой коммуникации" (1977) говорил о том, что люди проводят значительно больше времени дома при вступлении в брак, чем до него, а, следовательно, и больше времени уделяют телепросмотру. Подобное положение вещей автор объясняет тем, что появление семейных отношений существенно сужает круг досуговой внедомашней деятельности. "В подобных - и далеко не редких - ситуациях наступает период вынужденного "господства" телевидения" [2, с. 130].

В книге "Телевидение глазами социолога" (1971) Фирсов осветил данные исследования, проведенного в Ленинграде в 1967 г. Результаты позволили ему утверждать, что наличие телевизора у человека не зависит от профессиональной принадлежности, уровня образования, денежного дохода. Решающими же факторами оказалось наличие в семье детей, семейное положение, численность семьи. Среди всех владельцев телевизоров 69,8% - семейные люди и 22,7% - несемейные. При этом 56,7% владельцев телеприемников имеют детей дошкольного и школьного возраста (среди "невладельцев" - 40,6%) [3, с. 110 - 111]. В современном мире, когда телевизор есть практически в каждом доме, не имеет смысла проследивать взаимосвязь семейно-бытовых факторов и наличие телеприемника. Интереснее посмотреть влияние этих факторов на продолжительность телепросмотра. Официальные замеры телесмотрения в нашей стране ведёт компания TNS Россия (проект TV Index, реп-

Данные исследования рабочего населения Ленинграда 1967 г. (% по каждой из четырех групп телезрителей)*

Время телепросмотра в неделю	До 3-х часов	3 - 10 часов	10 - 15 часов	15 - 27 часов	Аудитория ТВ в целом
Возрастная группа \ опрошенных %	33	36	16	17	
18-	0,3	2,0	3,7	3,1	1,9
18 - 25	21,1	21,4	13,6	12,0	18,5
26 - 30	26,0	17,7	15,0	15,2	19,6
31 - 35	17,0	20,2	18,8	17,1	18,4
36 - 49	26,0	27,5	32,8	33,8	28,9
50 - 59	8,0	9,0	11,6	16,4	10,3
60+	1,6	2,2	4,5	2,4	2,4
Итого	100	100	100	100	100

* Структура аудитории ТВ в целом выведена математическим расчетом путем взвешивания каждой группы телезрителей.

резентирующий жителей городов с населением свыше 100000 чел., старше 4 лет, инструментарий исследования - электронные пиплметры). Согласно данным этой компании, среднесуточное время телепросмотра семейных людей в 2008 г. составило 3 ч. 57 мин., а несемейных - 3 ч. 30 мин. Наличие детей в семье ограничивает время просмотра до 3 ч. 7 мин. в сутки, среди людей без детей эта цифра выше - 4 ч. 4 мин. Здесь четко прослеживается и определенная взаимосвязь между временем телепросмотра и возрастом ребенка: респонденты с детьми до 3-х лет смотрят телевизор больше (3 ч. 33 мин.), чем люди с детьми 4 - 15 лет (3 ч. 5 мин.). Этот факт можно объяснить тем, что после того как ребенку исполняется три года, мамы выходят на работу, вечером уделяют внимание ребенку и телевизор смотреть становится некогда. Затем, по мере взросления ребенка (особенно после 7 лет), время телепросмотра родителей постепенно растет. Таким образом, становится очевидной связь между семейно-бытовыми факторами и практиками телепотребления.

Трансформация института семьи в нашем обществе, безусловно, отразилась на телесмотрении. Изменение возраста вступления в брак и рождения ребенка, а также богатый выбор проведения внедомашнего досуга у семейных пар (для которых период "вынужденного домоседства" наступает лишь с рождением ребенка) привели к тому, что возраст активного включения человека в телепотребление также изменился. Для анализа возрастной структуры телеаудитории советского периода обратимся к литературе тех лет. К примеру, Коробейников В. С., опираясь на данные Информационного бюллетеня ИКСИ 1969 г., говорил о том, что пик активности советской аудитории в отношении всех СМИ приходился на 25 - 29 лет, соответственно, можно предположить, что и телевизор начинал привлекать телезрителей именно в этом возрастном интервале. После 29 лет автор отмечает некоторое снижение времени, уделяемого СМИ, с нижней границей в 40 - 59 лет, и затем это время вновь увеличивается [8, с. 193].

Изучение рабочего населения Ленинграда Б. М. Фирсовым показывает, что активность в отношении телевидения проявляют люди после 26 лет (с некоторым снижением активности в возрасте 31 - 35 лет) [3, с. 122]. При анализе возрастной структуры телеаудитории Фирсов разделял телезрителей на 4 типа в зависимости от времени телепросмотра. Исходя из этих данных, можно вывести структуру аудитории в целом (табл.).

Данные, доступные сегодня для анализа телевизионной аудитории, гораздо богаче, чем те, что были в советское время, основываясь на них можно четче выявить возрастной состав телеаудитории. Анализ возрастной структуры аудитории российского телевидения 2008 г. на основе данных проекта TV Index позволяет говорить о том, что россияне начинают уделять больше времени телепросмотру примерно после

28 лет. По достижении этого возраста растет и среднесуточное время просмотра, и количество людей, которые ежедневно включают телевизор. Интересно отметить, что подростки в возрасте 9 - 15 лет смотрят телевизор заметно больше, чем группа 16 - 28 лет, которая в принципе меньше всех уделяет время телевидению, "уходя" в Интернет, посвящая свободное время учебе, поступлению в ВУЗ, началу карьеры, другим, в основном, внедомашним формам досуга (кинотеатры, рестораны, кафе, клубы, встречи с друзьями).

Получается, что возраст около 20 лет является неким "неопределенным" этапом жизни, когда человек ищет себя, свое место в жизни и ему "некогда" смотреть телевизор. Как правило, к 25 - 26 годам уже есть работа, брак, жизнь "стабилизируется", постепенно ограничивается круг внедомашней активности, больше времени проводится дома... у телевизора.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Саптак В.* Телевидение и мы. М.: Аспект Пресс, 2007.
2. *Фирсов Б. М.* Пути развития средств массовой коммуникации. Л.: Наука, 1977.
3. *Фирсов Б. М.* Телевидение глазами социолога. М.: Искусство, 1971.
4. Население России 2003 - 2004 http://www.demoscope.ru/weekly/knigi/ns_r03_04/sod_r.html
5. Фонд Общественного мнения <http://bd.fom.ru/report/map/d082924>
6. Об итогах Всероссийской переписи населения 2002 г. <http://www.gks.ru/PEREPIS/report.htm>
7. Фонд общественного мнения <http://bd.fom.ru/report/map/press0805>
8. *Коробейников В. С.* Редакция и аудитория. Социологический анализ. М.: Мысль, 1983.