

ОТЧЁТ
О РЕЗУЛЬТАТАХ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
«ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ
ЖИТЕЛЕЙ СЕВАСТОПОЛЯ»

Центр социологических исследований
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
г. Севастополь
ноябрь 2017 г.

ВВЕДЕНИЕ

- ▶ Описание проблемной ситуации. Современное медиапространство, медиа поведение населения в целом и медиапредпочтения населения стремительно эволюционируют. Расширяются классические и появляются новые, инновационные медиа каналы и формы передачи информации. Этим процессам развития одновременно присущи как некие единые черты в глобальном масштабе, так и специфические особенности в рамках каждой отдельной страны или региона. Если глобализация предполагает стирание национальных границ в аудиториях средств массовой информации, то демассовизация выражается в нацеленности на более узкие сегменты и фрагментации аудиторий, вызванной увеличением доступных СМИ и особенностями медиапотребления жителей регионов. Причем отмечается параллельность протекания этих процессов.
- ▶ Целый ряд научных работ посвящен методикам выделения типов медиа поведения аудиторий СМИ. Эти идеи раскрывают и совершенствуют форматы существующих СМИ, оптимизируют их функционирование, что помогает прогнозировать появление новых медиа и основные направления эволюции медиа пространства, напрямую связанные с изменениями медиапотребления.
- ▶ Особый интерес медиа исследований концентрировался вокруг телевизионных замеров, медиа поведения телезрителя. Проблема медиаизмерений, их корректности, транспарентности - один из широко дискутируемых в медиаотрасли на всех уровнях. На региональном уровне проблема измерения медиапредпочтений населения и медиа рейтингов решается с помощью традиционных замеров, к практике которого обратились в данном исследовании.

ВВЕДЕНИЕ. Эмпирическая модель исследования

- ▶ **Объектом исследования** являлись жители города федерального значения Севастополя старше 18 лет, постоянно проживающие в муниципальном образовании, на территории которого проводится опрос.
- ▶ **Предметом исследования** являлось определение телевизионных предпочтений жителей г. Севастополь.
- ▶ **Целью исследования** являлось определить телевизионные предпочтения севастопольцев.
- ▶ **Задачи исследования** состояли в:
 - ▶ определении медиарейтингов федеральных и региональных телеканалов в Севастополе;
 - ▶ определении медиарейтингов новостийных программ федеральных и региональных телеканалов в Севастополе;
 - ▶ определение телеаудиторий федеральных и региональных телеканалов в Севастополе.
- ▶ **Методом сбора информации** являлся метод стандартизированного интервью по технике face-to-face
- ▶ **Место проведения** социологического исследования: город федерального значения Севастополь в целом, в том числе 10 муниципальных образований города федерального значения Севастополя.
- ▶ **Схема разработки и объем выборочной совокупности исследования.** Выборочная совокупность в данном исследовании была двухступенчатой, стратифицированной и территориальной. Выборка репрезентативна взрослому (старше 18 лет) населению города федерального значения Севастополя по гендерному и возрастному признакам, а также распределена по 10-ти муниципальным образованиям города федерального значения Севастополя. Статистическая погрешность выборки составила не более 3,5%. Выборочная совокупность составит не менее 700 чел.
- ▶ **Разработка выборочной совокупности** осуществлялась в три этапа. На первом этапе определялось количество необходимых единиц анализа, которые отбирались по классическому принципу: из расчета генеральной совокупности определяется объем выборочной с учетом не более 3,5% ошибки репрезентативности. На втором этапе высчитывались гендерные и возрастные квоты, соблюдая равно пропорциональное распределение по полу и возрасту. На третьем этапе внутри каждого муниципального образования путем механического отбора отбиралось необходимое число респондентов.
- ▶ **Итоговая совокупность** составила 1200 человек. Ошибка репрезентативности составила 2,8%.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ВЫБОРОЧНОЙ СОВОКУПНОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- ▶ **Распределение по гендерному признаку** получилось следующим: было опрошено 46,85% мужчин и 51,15% женщин.
- ▶ **Распределение по возрастному признаку** получилось следующим:
 - ▶ 18-24 - 17,66%
 - ▶ 25-34 - 15,31%
 - ▶ 35-44 - 16,23%
 - ▶ 45-54 - 15,98%
 - ▶ 55-64 - 17,15%
 - ▶ старше 65 лет - 17,66%.
- ▶ **Распределение по уровню образования** получилось следующим:
 - ▶ неоконченное среднее - 0,76%
 - ▶ среднее - 13,05 %
 - ▶ среднее специальное - 19,43%
 - ▶ неполное высшее - 18,38%
 - ▶ высшее - 48,38%
- ▶ **Распределение по материальному состоянию семьи** получилось следующим:
 - ▶ «обеспеченные» - мы можем себе позволить практически все, что захотим - 6,08%
 - ▶ «средне обеспеченные» - денег достаточно для покупки еды, одежды и товаров длительного пользования, но недостаточно для покупки квартиры, машины - 18,33%
 - ▶ «низко обеспеченные» - денег хватает на еду и одежду, но недостаточно для покупки товаров длительного пользования - 31,62%
 - ▶ «бедные» - денег хватает на еду, но покупать одежду уже сложно - 33.49%
 - ▶ «нищие» - денег не хватает даже на еду - 5,47%.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ВЫБОРОЧНОЙ СОВОКУПНОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- ▶ **Распределение по семейному состоянию семьи** получилось следующим: семья есть - 67,68%, нет семьи - 32,32%.
- ▶ **Распределение по социальному статусу** получилось следующим:
 - ▶ руководитель или представитель руководящего звена организации - 2,04%
 - ▶ государственный или муниципальный служащий - 2,64%
 - ▶ работник промышленного предприятия - 3,15%
 - ▶ работник образования - 4,34%
 - ▶ работник сферы медицинских услуг - 5,36%
 - ▶ сотрудник силовых и правоохранительных структур - 1,11%
 - ▶ военнослужащий - 4,85%
 - ▶ менеджер в коммерческой структуре - 5,53%
 - ▶ работник торговли, сферы услуг - 9,1%
 - ▶ работник в сфере сельского хозяйства - 4,17%
 - ▶ предприниматель, занятый в крупном и среднем бизнесе - 0,85%
 - ▶ индивидуальный предприниматель, самозанятое лицо - 3,57%
 - ▶ независимый работник, занятый в интеллектуальных сферах - 3,15%
 - ▶ студент - 8,16%
 - ▶ военный пенсионер - 4,34%
 - ▶ пенсионер - 26,02%
 - ▶ безработный - 8,84%
 - ▶ другое - 2,81%.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ВЫБОРОЧНОЙ СОВОКУПНОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Распределение по сфере основной деятельности:

- ▶ Рыбодобывающая и рыбоперерабатывающая промышленность - 1,33%
- ▶ Судостроение, судоремонт - 3,67%
- ▶ Портовое хозяйство - 1,56%
- ▶ Пищевая промышленность - 4,78%
- ▶ Виноделие - 1,89%
- ▶ Сельское хозяйство - 7,68%
- ▶ Транспорт и связь - 4%
- ▶ Правоохранительные органы (суд, прокуратура и т.д.) - 2,34%
- ▶ Торговля и общепит - 13,13%
- ▶ Строительство - 3,78%
- ▶ Финансы и кредит - 7,9%
- ▶ Наука и образование - 10,12%
- ▶ Культура и сфера досуга - 6,23%
- ▶ Медицина и здравоохранение - 8,68%
- ▶ Гос. и муниципальное управление - 2,78%
- ▶ Социальная защита - 2,67%
- ▶ Армия - 11,79%
- ▶ Военно-морской флот - 5%
- ▶ ЖКХ - 0,56%
- ▶ Другое - 0,11%

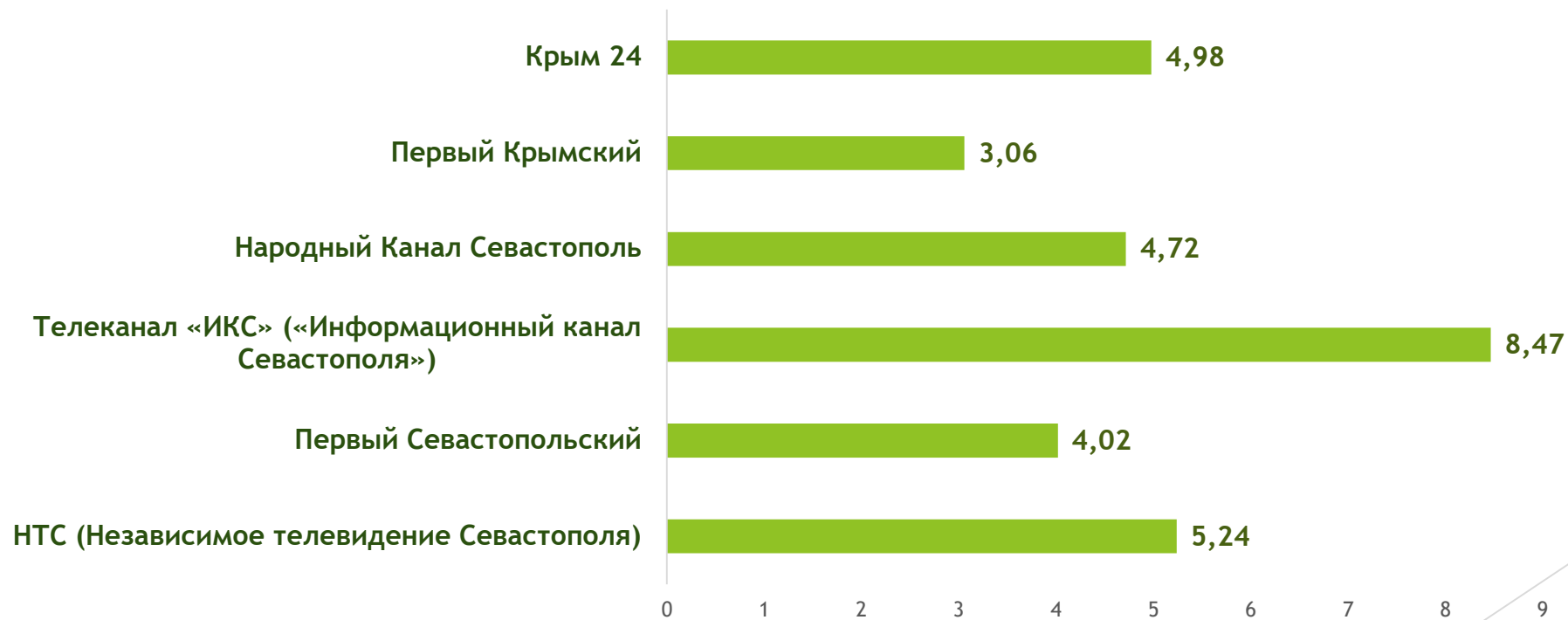
МЕДИАРЕЙТИНГИ ТЕЛЕКАНАЛОВ

МЕДИАРЕЙТИНГИ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ В СЕВАСТОПОЛЕ



МЕДИАРЕЙТИНГИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ В СЕВАСТОПОЛЕ

Региональные (севастопольские и крымские) телеканалы

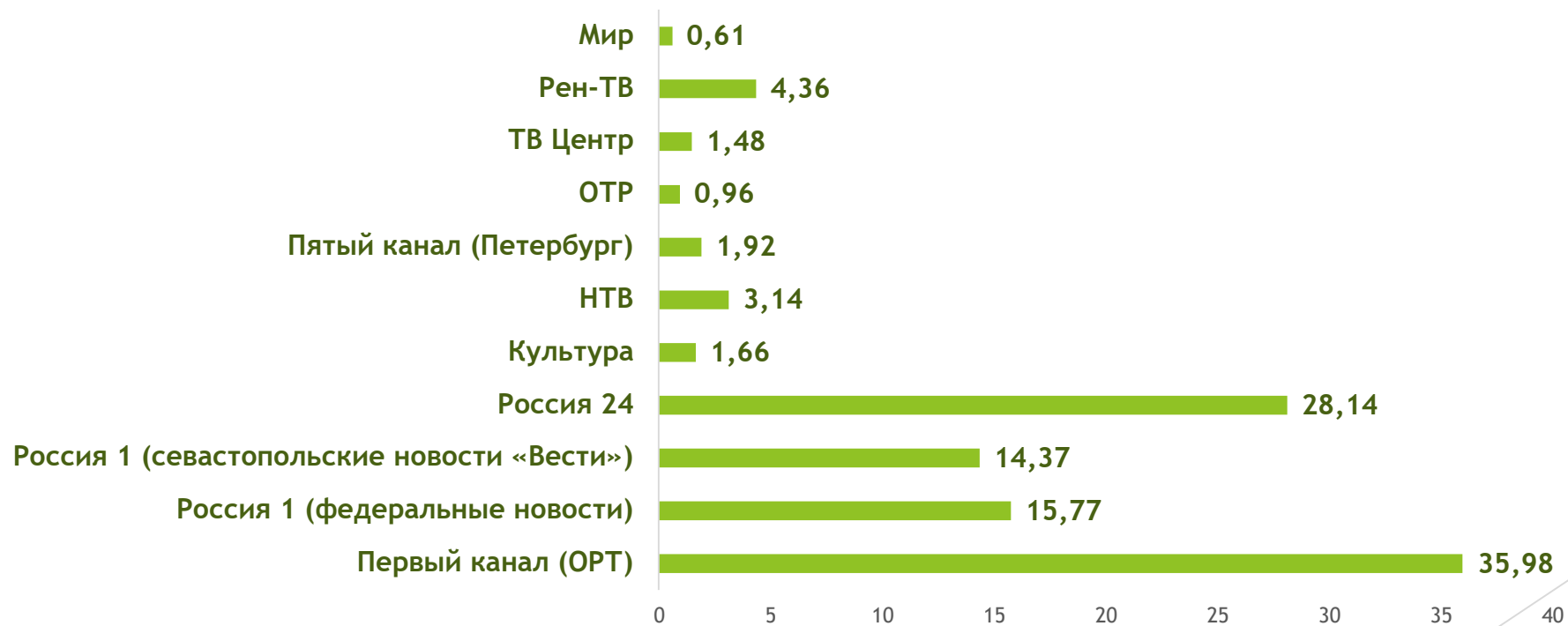


The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of green, ranging from light lime to dark forest green. These shapes are primarily located on the right side of the frame, creating a dynamic, layered effect. The rest of the background is plain white.

СМОТРИБЕЛЬНОСТЬ НОВОСТЕЙНЫХ ПРОГРАММ

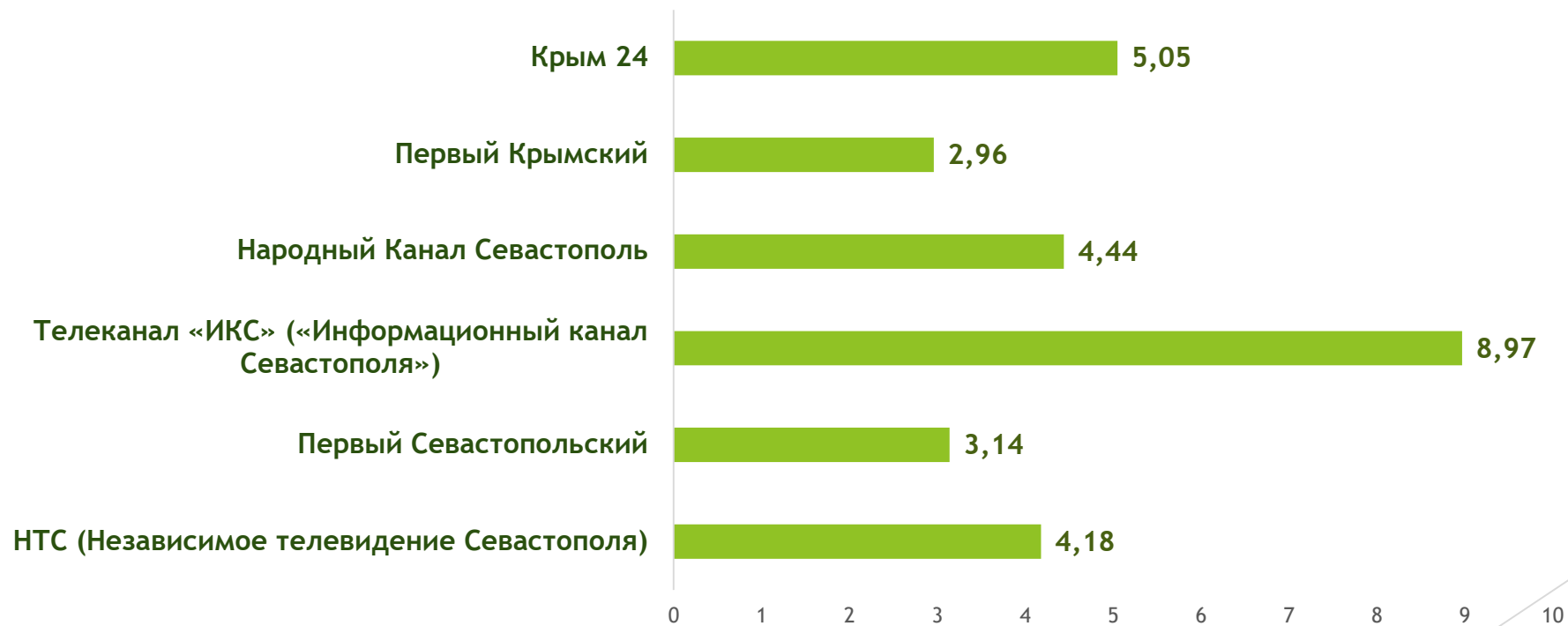
СМОТРИБЕЛЬНОСТЬ НОВОСТНЫХ ПРОГРАММ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ В СЕВАСТОПОЛЕ

Новости федеральных телеканалов



СМОТРИБЕЛЬНОСТЬ НОВОСТНЫХ ПРОГРАММ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ В СЕВАСТОПОЛЕ

Новости региональных телеканалов



ВЫВОДЫ

Медиарейтинг телеканалов

- ▶ В севастопольском рейтинге федеральных каналов в первую тройку вошли Первый канал, Россия 24 и Россия 1. Необходимо отметить, что на 4 месте находится развлекательный телеканал ТНТ.
- ▶ Среди региональных телеканалов лидером севастопольского медиарейтинга стал телеканал «ИКС». Второе место в медиа списке региональных телеканалов занял севастопольский телеканал НТС, третье - крымский телеканал Крым 24.

Уровень смотримости новостей

- ▶ В федеральном новостном топе находятся новости трех федеральных телеканалов - Первый канал, Россия 24, Россия 1.
- ▶ Лидером среди новостных программ региональных телеканалов являются новости телеканала «ИКС».