Г. Г. Щепилова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

ИНТЕРНЕТ И ТРАДИЦИОННЫЕ СМИ: ВНИМАНИЕ АУДИТОРИИ

Мы попытались выявить зависимость между уровнем проникновения Интернета и вниманием к традиционным медиа среди респондентов, проживающих в разных типах населенных пунктов. Было опрошено 40 человек в возрасте от 25 до 44 лет, мужчины и женщины в равной пропорции. Среди опрошенных 10 человек проживают в Москве; 10 человек – в г. Екатеринбург (1396 тыс. чел.), 10 человек – в г. Котельнич (25,9 тыс. чел.); 10 чел. – в пос. Тужа Кировской области (4,4 тыс. чел.). Всем респондентам задавались следующие вопросы: 1) Какие медиа Вы используете для получения новостей? 2) Какие медиа Вы используете для отдыха и развлечения? 3) Какие медиа Вы используете для самообразования или саморазвития? Респонденты могли выбрать ТВ, радио, газеты, журналы и Интернет, но оценить каждый свой выбор по пятибалльной шкале.

В Москве Интернет уверенно лидировал в ответах на все три вопроса. В Екатеринбурге Интернет занял первое место только в ответе на третий вопрос о самообразовании и саморазвитии; для получения новостей, отдыха и развлечений самым приоритетным коммуникационным каналом остается телевидение, хотя процент тех, кто отдает предпочтение Интернету, также высок. От телевидения и Интернета в городе-миллионнике далее по шкале со значительным отставанием идут газеты, журналы, радио в ответе про новости; журналы, радио, газеты в ответе про отдых и развлечения.

Опрос показал совершенно иные результаты в г. Котельнич и пос. Тужа. Для получения новостей, а также для отдыха и развлечений жители малых населенных пунктов назвали главным медиаканалом телевидение. На втором по значениям шкалы месте для получения новостей назывались газеты, а для отдыха и развлечения – журналы. Интернет оказался только на третьем месте в ответах на оба вопроса.

Данное исследование показывает, что чем выше уровень проникновения Интернета, тем меньшее внимание оказывает аудитория традиционным СМИ.