

# Не более чем фон

Михаил Григорьев

*Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил данные исследования, посвященного теме досуга россиян, из которых вытекает, что телевидению и радио в 2017 году посвящают часть своего досуга 29% граждан, в то время как в 2010-м этот показатель составлял 63%. Наблюдатели тут же обратили внимание на то, что эти цифры не соответствуют данным единого уполномоченного телеизмерителя, компании Mediascope, из которых следует обратное — телесмотрение в России растет. «Теле-Спутник» решил выяснить, есть ли здесь противоречие.*

## ТВ как попутная практика

Объясняя результаты исследования, во ВЦИОМ отметили, что с годами досуговые практики россиян претерпели значительные изменения. Дом, дача, дети, и раньше занимавшие свободное время многих людей (47% в 2010 году), сегодня стали еще более актуальными (60% в 2017-м). Все больше свободного времени тратится на компьютер, веб-серфинг (с 5% в 2005 г. до 21% в 2017 г. — среди 18–24-летних эта доля сегодня составляет 44%). В то же время, отмечают аналитики, телевидение и радио сдают позиции: если семь лет назад им посвящали часть своего досуга 63% граждан, то сегодня — 29% (56% в группе людей пенсионного возраста против 8% среди опрошенных от 18 до 24 лет). Как прокомментировал аналитик практики мониторинговых исследований ВЦИОМ Иван Леконцев, занимать досуг телесмотрением и радиослушанием россияне стали заметно реже. «С одной стороны, это может быть связано с ростом распространенности Интернета и снижением популярности традиционных СМИ, с другой — с использованием телевизора, радио как попутной практики. Многие россияне включают телевизор в качестве фона для какой-то своей деятельности. Например, для тех же домашних хлопот по хозяйству», — добавил он.

По сведениям же компании Mediascope, пиплметровая панель которой охватывает

города России с населением от 100 тыс. человек и измеряет телесмотрение целевой аудитории возрастом от 4 лет и старше, среднее время просмотра за 5 лет (с сезона 2012/2013 г. по сезон 2016/2017 г.) выросло с 238 минут до 245 минут в сутки.

## Кто что выясняет

Как объяснил «Теле-Спутнику» Иван Леконцев, нужно четко определить, что именно вычисляет Mediascope и что выяснял опрос ВЦИОМ. По его словам, Mediascope измеряет, включен телевизор или нет, и если включен, то на какой канал настроен. «Включенность телевизора не гарантирует, что его в этот момент кто-то

смотрит, и уж тем более — что смотрящий занят только просмотром телевизора и не занят другими делами», — подчеркнул он. Своим респондентам ВЦИОМ задал следующий вопрос: «Скажите, чем вы обычно занимаетесь в свободное время?». Иван Леконцев предполагает, что разница между трендами, отмеченными Mediascope, и опросом ВЦИОМ может объясняться следующим. В терминологии панельных измерений просмотром телевизора считается нахождение с работающим телевизором в одной комнате. При этом человек может совмещать просмотр телевизора с другими делами. В таких ситуациях Mediascope зафиксирует, что телевизор работает и его «смотрят», а на вопрос ВЦИОМ люди ответят про свое основное занятие на этот момент (например, домашние дела, приготовление обеда/ужина). Кроме того, есть некоторое смещение, связанное с тем, что в российской практике панельных измерений данные по телесмотрению приводятся по тем панелистам, которые смотрят телевизор хотя бы иногда. «Если панелист вообще не смотрит телевизор или не смотрит его больше 3 недель, данные по нему исключаются из результатов, что несколько завышает показатели телесмотрения, но так договорилась индустрия», — рассказывает Иван Леконцев. Вопрос ВЦИОМ, уточняет он, касается не только просмотра телевизора — он про всю возможную активность в свободное время. Возможно, россияне



не осознают, сколько времени они тратят на телевидение.

Аналитик практики мониторинговых исследований ВЦИОМ добавил, что нужно учитывать и особенности человеческой памяти. «Мы запоминаем то, что для нас важно. Россияне отвечают нам про то, что помнят, а помнят о более важных для себя вещах, например об общении со своими детьми, о своем хобби, занятиях спортом. Возможно, они стали меньше обращать внимания на телевизор», — рассуждает он.

Как отметил Иван Леконцев, ввиду развития технологий граница между различными СМИ размывается и точно определить ее опросными методами сложно. Например, в исследовании ВЦИОМ по сравнению с прошлыми годами респонденты отвечали, что гораздо меньше стали читать газеты и журналы. Но на самом деле они могут читать те же газеты и журналы в Интернете, не осознавая, что это тот же вид досуга — просто источник получения информации стал другим. «То же самое касается телевидения и радио: многие смотрят телевизионные программы на YouTube, особенно молодежь, а радио слушают через смартфон. Именно поэтому Mediascope с этого года измеряет телесмотрение и по ТВ, и в Интернете, суммируя показатели», — добавил Иван Леконцев.

### Доверия меньше

Уменьшение важности телевидения для россиян показал и другой недавний опрос Всероссийского центра изучения общественного мнения, в ходе которого исследователи выясняли, к каким

СМИ люди чаще всего обращаются за новостями о событиях в стране и мире, а также информации из каких источников доверяют больше. Хотя главным источником новостей для большинства остается телевидение, его популярность со временем снижается (с 62% в 2015 году до 52% в 2017-м). Падает и само доверие телевидению, хотя оно по-прежнему очень высоко: индекс доверия (показывает уровень доверия россиян разным видам СМИ: чем выше значение индекса, тем выше доверие) центральному телевидению сегодня составляет 42 пункта, в то время как в 2012 году он равнялся 58 пунктам. «В целом не стоит впрямую сравнивать данные нашего исследования и данные Mediascope, они получены на основе разных методов со своими особенностями и для разных целей. Что касается нашего исследования, то важны не абсолютные цифры, а тренды. И не тренд по телесмотрению в частности, а изменения приоритетов в проведении досуга россиян в целом», — заключил Иван Леконцев.

Денис Белослюдов, директор по спецпроектам «Агентства 2» (официальный сейлз-хаус оператора «Триколор ТВ»), тоже обращает внимание на то, что респонденты могут не рассматривать просмотр ТВ и прослушивание радио как досуг, включая телевизор и радиоприемник для фона. По его словам, очень многое зависит от выборки и методологии опроса (которые, очевидно, различаются), кроме того,

радио и телевидение объединены в одну категорию — трудно оценить, что теряет популярность сильнее. «Увеличение объема телесмотрения не может быть связано исключительно с охватом аудитории, так как способ просмотра может различаться. Действительно, пользователи могут использовать телевидение и радио как фон, что будет увеличивать время просмотра или прослушивания, но при этом респонденты не воспринимают их как форму досуга, который, например, предполагает для них вовлеченность в процесс», — говорит Денис Белослюдов.

По мнению директора Института современных медиа (MOMRI) Кирилла Танаева, результаты опроса ВЦИОМ некорректно интерпретируются. По его словам, в нем идет речь о досуге, а многие комментаторы экстраполируют их на все телесмотрение. В то же время за последние годы действительно существенно выросли возможности для проведения досуга, они стали многообразнее и доступнее. Поэтому не случайно, что пропорции между разными видами досуга претерпели изменения. «Противоречий между данными ВЦИОМ и Mediascope нет, потому что они описывают разные сущности. ВЦИОМ измерял соотношение интереса россиян к разным видам досуга, а Mediascope измеряет объемы и качество телепотребления. Одно другому не противоречит», — делает он вывод. ■

**УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!**  
У ВАС ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ОФОРМИТЬ  
ЭЛЕКТРОННУЮ ПОДПИСКУ НА ЖУРНАЛ «ТЕЛЕ-СПУТНИК»  
В ФОРМАТЕ PDF

**+7 (812) 332-64-44 podpiska@telesputnik.ru**

### Для оформления вам необходимо:

1. Зайти на наш сайт [www.telesputnik.ru/cart](http://www.telesputnik.ru/cart)
2. Зарегистрироваться
3. Выбрать товар «Электронная версия»
4. Произвести оплату



**Стоимость одной подписки  
на 6 месяцев — 360 р.**