

## АУДИТОРИЯ ПРИДНЕСТРОВСКОГО РАДИО: АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТЕЙ И ПРЕДПОЧТЕНИЙ СЛУШАТЕЛЕЙ

Ю. В. Ткаченко

*Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко*

Поступила в редакцию 31 июля 2018 г.

**Аннотация:** в статье представлены результаты социологического исследования аудитории приднестровского радиовещания. С целью изучения интересов и потребностей слушателей приднестровских радиостанций был проведен социологический опрос, в котором приняли участие 740 жителей республики. Респондентам были заданы вопросы, отражающие их жанрово-тематические, музыкальные и иные предпочтения.

**Ключевые слова:** аудитория СМИ, целевая аудитория, потенциальная аудитория, интерактив, сегментация аудитории, формат.

**Abstract:** the article presents the results of the sociological research of audiences of the Transnistrian broadcasting. 740 inhabitants of the republic took part in the poll, which made it possible to identify their genre-themed, musical and other preferences.

**Keywords:** audience mass media, target audience, potential audience, interactive, segmentation audiences, format.

В условиях коммерциализации средств массовой информации, когда даже государственные радиостанции во многом зависят от рекламных доходов, вопрос понимания интересов и потребностей своей аудитории становится центральным в практике радио. Высококонкурентная информационная среда диктует необходимость полиаспектного подхода к работе с аудиторией.

На приднестровском рынке радиовещания представлены радиостанции различных типов: две государственные [1] — «Радио 1» (для аудитории среднего возраста) и «Радио 1 Плюс» (для людей старшего поколения), коммерческая — «Интер FM» [2], музыкальные — «Beat FM» [3], «Ник FM» [4], «Тирасполь FM», городская станция «Новая волна», а также франчайзинговые, такие как «Шансон», «Дорожное радио», «Радио Дача», «Хит FM», содержащие приднестровский контент в виде новостей, рекламы и программ по заявкам.

С целью изучения предпочтений аудитории приднестровского радио был проведен социологический опрос, в котором приняли участие 740 жителей республики, из них 61% женщин и 39% мужчин (для удобства и наглядности все проценты округлялись до целого числа). При подсчете результатов учитывался и возрастной фактор, что позволило оценить различия в отношении к радиовещанию слушателей из разных возрастных групп.

Респондентам было задано 47 вопросов, которые позволили сделать определенные выводы по следующим направлениям: роль и место приднестров-

ского радио в системе интересов аудитории средств массовой информации республики; технические и пространственно-временные параметры слушания радио; жанрово-тематическое содержание эфира; музыкальные предпочтения слушателей; современные возможности радиостанций и формы взаимодействия с аудиторией; роль государственного радиовещания республики в распространении актуальной информации.

В результате удалось установить следующее:

1. В современном медиаландшафте радиовещание занимает вполне определенное место, обусловленное его акустической невизуальной природой и функциональными возможностями. Широкий спектр этих возможностей позволяет создавать радиостанции самых разных направлений в зависимости от сочетания и пропорций в сетке вещания таких элементов контента, как музыка, новости, интерактив и тематические программы.

В целом, по результатам опроса, к радио с разной степенью регулярности обращаются 73% респондентов. (Наиболее высокие показатели в возрастной группе старше 55 лет.) Однако любимая радиостанция есть лишь у 24%. Примечательно, что эта цифра практически совпадает с числом участников опроса, которые слушают радио регулярно (21%). Это та категория, которую можно назвать постоянной аудиторией.

Свои предпочтения приднестровцы отдают в первую очередь радиостанции «Интер FM». Ее слушают 22% респондентов, «Радио 1» — 14%, «Радио 1 Плюс» — 6%. Все остальные станции (не только приднестровские, но и российские) в сумме набрали 30%.

2. Проведенный опрос позволил определить и пространственно-временные параметры слушания радио. Чаще всего жители республики слушают радио в транспорте (44%). Такие результаты весьма показательны — радио прочно заняло нишу фонового средства массовой информации. Пик внимания к радио ожидаемо приходится на утренние часы (41%) (на «Интер FM» и «Радио 1» выходят в эфир утренние шоу, полюбившиеся уже многим приднестровцам). Каждый день радио слушает около 43% респондентов. Однако следует подчеркнуть, что около половины из них — это те люди, которые становятся своего рода невольными слушателями, оказавшись пассажирами общественного транспорта или покупателями магазина, где включено радио.

3. Содержательное наполнение эфира — пожалуй, наиболее интересная часть опроса. Предпочтения респондентов распределились между музыкальными (46%) и информационными (41%) программами. Познавательные программы слушают 16%, аналитические — 14%, развлекательные — 15% респондентов. Тема передачи, по мнению половины опрошенных, является тем ключевым фактором, который влияет на ее выбор слушателем. Чуть в меньшей степени важно наличие интерактива — дискуссионного начала и возможности для слушателя принять в программе непосредственное участие. Так считают 20% участников опроса. Также отмечается важность таких факторов, как профессионализм ведущих (11%), присутствие интересного гостя (9%), подарки (6%), хорошая музыка (5%), конкурсы (1%).

Тематическое наполнение программы, с точки зрения предпочтений слушателей, выглядит следующим образом: культура интересна 41% респондентов, политика — 26%, наука — 16%, спорт — 11%, музыка — 5%. Примечательно, что тема культуры в этом рейтинге на первом месте — радио продолжает ассоциироваться у аудитории с просветительской функцией. Однако для жителей республики не менее важна информация о социально-политических и экономических факторах развития государства. Поэтому среди гостей эфира приднестровцы хотели бы видеть в первую очередь политиков и чиновников (25% и 19% соответственно). На вопрос, должны ли на радио подниматься серьезные, социально значимые темы, подавляющее большинство респондентов (582 человека (79%)) ответило утвердительно.

4. Музыкальная составляющая эфира является сегодня не менее значимой, чем тематическая. На первом месте, по предпочтениям аудитории, современная эстрадная музыка (34%), далее следует авторская песня (20%), шансон (18%), классика (18%), рок (15%), блюз (13%), джаз (13%), современная этническая музыка (11%), ритм-н-блюз (10%). Русскую музыку предпочитают 68% респондентов, зарубежную — 43%.

5. Значительная часть вопросов анкеты касалась форм и каналов взаимодействия между радиостанцией и аудиторией. Сегодня такими каналами становятся сайт радиостанции, социальные сети, мобильные приложения, интерактивное пространство эфира и внестудийные площадки акций, концертов или флешмобов.

Участники опроса регулярно или периодически посещают сайты приднестровских станций «Радио 1», «Интер FM», «Beat FM». Однако большая часть респондентов, 71%, вообще не заходят на сайты радиостанций. Возможно, невысокий уровень интереса приднестровской аудитории к сайтам радио обусловлен тем фактом, что у некоторых станций сайта нет вообще, а остальные не в полной мере используют его мультимедийный потенциал, предпочитая дублировать эфирное содержание. Тем не менее, если оценивать динамику, следует отметить значительный прогресс в развитии сайтов «Радио 1» и «Интер FM».

В вопросе продвижения радиостанций в социальных медиа ситуация следующая: зарегистрированы в группах радио в соцсетях 22% респондентов, пару раз заходили на эти страницы еще 10%, что-то о них слышали 31%. 32% участников опроса вообще ничего о них не знают. В разных возрастных категориях данные разнятся, так как для молодежной аудитории общение в соцсетях является привычным. Очевидно, что использование социальных медиа в качестве дополнительной площадки для привлечения слушателей имеет значительные перспективы.

Потенциал в расширении аудитории есть и у внестудийных мероприятий, инициируемых радиостанцией. Это могут быть благотворительные акции, концерты, флешмобы, определенным образом позиционирующие радиостанцию. По результатам опроса, 6% респондентов принимали участие в подобных мероприятиях. Интересна в этом смысле работа ведущих «Утреннего фрэша» на «Радио 1», которые организовали такие акции, как «ЗОЖигаиз», «Фреш-семья» и др.

Еще одним каналом привлечения слушателей служат мобильные приложения. На вопрос «Слушаете ли Вы радио на мобильном телефоне?» всего 12% ответили утвердительно. Для остальных 88% эта опция пока не актуальна. Тем не менее следует ожидать прогресса в этом направлении, так как больше половины респондентов (54%) предпочитают слушать на смартфоне музыку, 14% — аудиокниги, 10% — новости и дискуссии. Так как все эти компоненты являются или могут стать содержанием эфира, решение вопроса зависит только от грамотного маркетинга.

Одним из важнейших факторов развития радиостанции является ее интерактивная составляющая. В природе радио заложена диалогичность, а потому от качества и количества интерактива напрямую зависит формирование «своего» круга слушателей. На приднестровском радио интерактивные програм-

мы появлялись и исчезали из эфира. Но в последние годы наблюдается положительная динамика: интерактив укрепляет свои позиции, правда, пока преимущественно в программах развлекательного характера. По результатам опроса в прямой эфир на радио хотя бы раз звонили 18% респондентов, периодически звонят 9%, регулярно в эфир любимой программы звонят 0,5%. Если развлекательный интерактив в последние годы на приднестровском радио представлен максимально профессионально, то интерактивных аналитических программ приднестровскому слушателю явно не хватает.

6. Отдельный блок вопросов в анкете был посвящен государственному радиовещанию Приднестровья. Задачи, которые, по мнению участников опроса, должна выполнять государственная радиостанция, распределились следующим образом: информационные и просветительские функции набрали по 48%, развлекательные — 32%, воспитательные — 26%. Среди программ, которых, на взгляд респондентов, не хватает в эфире государственного радио, на первом месте детские программы (24%) и радиоспектакли (22%). Государственные станции действительно отказались от такого контента, сделав ставку на развлекательные шоу и короткие тематические программы

познавательного характера. В то же время данные опроса говорят о дефиците такого содержания.

Открытым остается вопрос, должна ли государственная радиостанция стремиться к всеохватности или следует идти по пути сегментации аудитории. Похоже, в Приднестровье избрали весьма перспективную стратегию: функционирование двух радиостанций для разных аудиторных групп может решить эту проблему.

Проведенный социологический опрос выявил те направления, которые необходимо развивать приднестровским радиостанциям. Однако продолжать изучение аудитории, ее предпочтений, настроений и интересов, необходимо и впредь.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Радио 1 (Радио Приднестровья) // ГУ «Приднестровская государственная телерадиокомпания». — URL: <http://radio.pgtrk.ru/> (дата обращения: 05.07.2018).
2. Интер FM. — URL: <http://inter-fm.com> (дата обращения: 07.07.2018).
3. BeatFM. — URL: <http://www.beat-fm.com> (дата обращения: 04.07.2018).
4. Ник FM. — URL: <http://onlineradiobox.com/md/radionikfm/> (дата обращения: 04.07.2018).

*Приднестровский государственный университет  
им. Т. Г. Шевченко*

*Ткаченко Ю. В., старший преподаватель кафедры журналистики*

*E-mail: julia-polia@mail.ru*

*Pridnestrovian Shevchenko State University*

*Tkachenko Y. V., Senior Lecturer of the Department Journalism*

*E-mail: julia-polia@mail.ru*