

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗМЕРЕНИЮ РЕЙТИНГОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАДИОВЕЩАНИЯ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

А. В. Посталовский

Белорусский государственный университет

В современных условиях развития общества измерение рейтинга средств массовой информации выступает объективным индикатором востребованности и популярности среди аудитории. Рейтинговый замер позволяет выявить степень информационного воздействия и сформировать прогнозную аналитику в отношении развития и дальнейшего функционирования различных сегментов национального информационного поля. В отличие от классического социологического замера востребованности практик медиапотребления измерение рейтинга предполагает непрерывность и постоянство исследовательских наблюдений за аудиторией. Разовый социологический опрос в указанных контекстах не может отражать рейтинговый потенциал того или иного источника воспроизводства информационного контента. В данном случае приобретает актуальность применение эффективных методик реализации рейтинговых замеров для получения валидных и репрезентативных данных, отражающих уровень влияния конкретного источника воспроизводства информационного контента.

Особенности и специфика проведения медиаизмерений радиовещания выступают, как правило, предметной сферой маркетинговых исследований. Вместе с тем, получение верифицированных результатов требует соблюдения методологических требований, предъявляемых к реализации измерения аудитории. Для содержательного понимания потенциала и методологических возможностей фиксации рейтинговых показателей радио необходимо рассмотрение актуальных подходов к медиаизмерению указанного сегмента национального информационного поля. Ниже представлен реферативный сравнительный анализ методик радиоизмерения, позволяющий оценить особенности и ограничения каждого из перечисленных ниже методов.

Day after recall (DAR) без образования панельной выборки (генеральная совокупность – городское население) – регулярные массо-

вые опросы городского населения в отношении радиопрослушивания. Структура инструментария (анкеты) массового опроса включает в себя четыре группировки вопросов. Первая группировка вопросов выступает условным скрининговым этапом, в рамках которого оператор должен понять, подходит ли случайным образом отобранный методом дозвона по случайным комбинациям цифр (Random Digit Dialing – RDD) респондент для участия в исследовании (город, возраст).

Вторая группировка вопросов ориентирована на получении информации о прослушивании радио в течение недельного периода (последних семи дней – «Какие радиостанции Вы слушали в течение недели?»).

Третий этап предполагает фиксацию воспоминаний о вчерашнем дне прослушивания с точным фиксированием 15-минутных интервалов (оператор уточняет у респондента время прослушивания названной радиостанции, например – станция «Х», время прослушивания – 9.00–10.30 – 6 временных интервалов АQH – 9.00–9.15, 9.15–9.30, 9.30–9.45, 9.45–10.00, 10.00–10.15, 10.15–10.30) и условной разбивкой на 4 временных промежутка: 06:00–12:00 (утро) / 12:00–18:00 (день) / 18:00–00:00 (вечер) / 00:00–06:00 (ночь) («Какие радиостанции Вы слушали вчера утром?», «Какие радиостанции Вы слушали вчера днем»? и т.д.).

Четвертый этап предполагает фиксацию таких показателей, как уровень образования, тип занятости, материальное положение и готовность участия в проекте радиоизмерений в дальнейшем (условный рекрут предполагаемой панели постоянных участников исследования радио).

Day after recall (DAR) без образования панельной выборки – наиболее простой в плане организации метод радиоизмерения, нет необходимости проводить установочное исследование, что снижает издержки на реализацию проекта, построение выборки осуществляется на основании данных о численности городов Беларуси, взвешивание данных производится на основании данных Национального статистического комитета (ГС – городское население). В качестве недостатков указанной методики выступает необходимость наличия значительных объемов выборки для получения содержательных эмпирических данных – 7500 за два месяца для ре-

спубликанского рейтинга, в идеале 22500 – для получения данных для малых радиостанций. При этом нужно учитывать, что общий процент респондентов реально слушавших радио вчера (основной вопрос методики) будет составлять 28–30 % от общего числа респондентов.

Отдельные итоговые медиапоказатели невозможно корректно рассчитать, в частности, Reach Weekly и Reach Mounth.

Day after recall (DAR) с образованием панели (генеральная совокупность – слушатели радио) – регулярные массовые опросы слушателей радио, объединенных в исследовательскую группу постоянных участников исследования (панель). Образование панельной выборки предполагает проведение установочного исследования (3500–5000 респондентов). Панельная выборка с сохранением методики (DAR) позволяет получить более точные данные, чем регулярные телефонные опросы значительного количества респондентов. Основная нагрузка на исследовательский Call-центр ложится во время проведения установочного исследования, непосредственно сама фиксация радиопрослушивания будет занимать значительно меньше времени (измерительную компанию интересует только вчерашний день прослушивания), чем классическое интервью (15–17 вопросов анкеты). Также в отличие от DAR без образования панели корректно будут рассчитываться медиапоказатели Reach Weekly и Reach Mounth. К недостаткам указанного метода необходимо отнести дополнительные затраты на установочное исследование (в том числе и сроки его проведения), а также затраты на мотивацию участия в панели. Кроме того, сам по себе принцип DAR предполагает ориентацию на память респондента о радиопрослушивании (субъективный фактор) в отличие от пассивных методов измерения аудитории.

«Метод общей оценки аудитории» и «Recency-Frequency». Методика соединяет в себе элементы количественного и качественного исследований, есть возможность адаптации под интересы конкретной радиостанции. Данная методика считается устаревшей, поскольку классический DAR более эффективный и точный в плане измерения. При использовании данной методики используется значительный объем вопросов анкеты, что затрудняет коммуникацию с респондентом, формируются неточные данные, получаемые на основании памяти респондента.

DIARY («Дневниковая панель») электронные дневники (приложения, бумажные дневники) – фиксация радиопрослушивания посредством отражения респондентом своих практик слушания в недельных дневниках с последующим предоставлением результатов в исследовательскую компанию. Для реализации указанной методики радиоизмерения необходимо установочное исследование (3500–5000 респондентов). К достоинствам дневниковой панели необходимо отнести возможность проведения качественного исследования аудитории (дополнительные вопросы о прослушивании радио), отсутствие необходимости иметь в наличии собственный call-центр, администрирование панели может осуществлять 2–3 панелиста, корректный расчет суточных и недельных охватов. К недостаткам данной методики относятся более высокие затраты на содержание панели, чем при панели DAR, поскольку респондент сам заполняет дневник. В «дневниковой панели» явно выражен субъективный фактор заполнения данных, при DAR измеритель сам контролирует ход сбора информации, в «дневниковой панели» измеритель находится в зависимости от дисциплинированности участников исследования. Кроме того, очень часто возникают ситуации, когда респондент заполняет дневник не каждый день, а за день–два до даты передачи данных дневника в измеритель, фактически «рисую» показатели первых дней недельного прослушивания.

PPM (Portable People Meter) – фиксация измерения рейтинговых показателей радиовещания посредством портативных устройств – портативный переносной пипметр (например, фитнес-браслет с программным обеспечением фиксации прослушивания посредством записи звуковых аудиосигнатур). Данный метод сбора эмпирической информации является пассивным методом радиоизмерения. Также как и дневниковая панель, указанная методика требует обязательного проведения установочного исследования. Пассивное измерение обеспечивает высокую точность замеров рейтинга, полностью исключен субъективный фактор, поскольку эмпирическая информация фиксируется на основе считывания сигнала сигнатуры. Память человека о вчерашнем дне не используется. Само по себе использование данного метода предполагает переход на более высокий уровень измерений, ранее PPM не использовался масштабно в Республике Беларусь. К недостаткам указанной мето-

дики необходимо отнести высокую стоимость приборов (500–1000 условных единиц) постоянную необходимость периодической починки приборов, высокие показатели утери либо выхода из строя. В ряде случаев могут происходить технические «баги» ввиду того, что пишется исключительно звук. Кроме того, возникает ситуация неосознанного выбора радиостанции – например, человек пришел в кафе, он не выбирал радиостанцию и фактически ее не слушает, но прибор фиксирует звуковой ряд, что может привести к пертурбации показателей.

Также в истории радиоизмерений использовался такой метод замера рейтинговых показателей радиостанций, как «метод синхронного телефонного исследования» Клода Хупера (проект Hooperatings). В рамках указанного исследовательского проекта телефонные звонки делались с 8:00 до 22:30 и респондентам задавались четыре вопроса:

- Вы слушали радио только что?
- Какую передачу Вы слушали?
- На какой станции выходила эта передача?
- Реклама каких товаров выходила в этой передаче?

Вместе с тем методика Day-After-Recall (DAR) позволяет проводить замеры рейтинговых показателей без обращения к панельной выборочной совокупности, формирование которой предполагает обязательное проведение установочного исследования (УИ) с целью выявления контрольных параметров, влияющих на радиослушание, что, в свою очередь, приводит к увеличению стоимости исследовательских работ. Кроме того, при использовании DAR исследовательская компания в период сбора эмпирической информации (телефонный опрос) находится во взаимодействии с респондентом посредством прямого контакта.

В свою очередь, при использовании дневникового метода радиоизмерения (DIARY) получение информации (заполненный недельный дневник прослушивания) не предполагает ежедневного взаимодействия измерителя с участником исследования, вследствие чего дневник, как правило, заполняется не каждый день семидневного периода, а в заключительный день, вспоминая при этом первые дни прослушивания. В данном случае степень воздействия субъективного фактора человеческой памяти повышается, поскольку участ-

ник исследования вспоминает не вчерашний день прослушивания, как в Day-After-Recall, а практически весь недельный период, что приводит к искажению эмпирических данных. Резюмируя вышесказанное, необходимо отметить, что условного универсального и «идеального» способа измерения радиовещания не существует, поскольку каждая из описанных методик имеет свои достоинства и ограничения. В указанных контекстах на первый план выходят, прежде всего, материальные и организационные возможности исследовательской компании при осуществлении итогового выбора методики замера аудитории радиовещания.

НОВЫЯ ФОРМЫ ВЯШЧАННЯ Ў СУЧАСНЫМ БЕЛАРУСКІМ РАДЫЁЭФІРЫ

Д. А. Шэйка,
навуковы кіраўнік – Г. Л. Лебедзева
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

Тэхналагічны прагрэс прывёў да трансфармацыі спосабаў дастаўкі інфармацыі і доступу да яе, размывання граніц паміж медыя, збліжэння і узаемаўплыву розных відаў СМІ. Працэс змяшэння традыцыйных і новых медыя прывёў да ўдасканалення кантэнту і стварэння альтэрнатыўных медыяпляцовак. Такія сродкі масавай інфармацыі як тэлебачанне, друкаваныя выданні і радыё паступова перамяшчаюцца ў інтэрнэт-прасторы. Спачатку секіва ўспрымалася прафесіяналамі радыё толькі як дадатковы сродак для распаўсюджвання даведачнай інфармацыі пра радыстанцыю. З часам інтэрнэт стаў успрымацца як новы перспектыўны канал распаўсюджвання інфармацыі.

Структура медыяспажывання кардынальна змянілася за апошнія два дзесяцігоддзі. Прычын таму шмат. Сярод іх вылучаюць агульную лічбавізацыю медыя, з'яўленне персанальных сродкаў і асяродзяў спажывання, укараненне новых камунікацыйных стратэгіяў, змены ў эканоміцы медыя, карэнны зрух у тэматычнай і фарматнай структуры запыту грамадства на інфармацыю, змяненні ў распарадку дня спажываўцоў, зрух пакаленняў.