



Фонд "Общественное мнение"

Восприятие новостных телевизионных программ

(Отчет по результатам четырех фокус-групп)



Фонд "Общественное мнение"

Восприятие новостных телевизионных программ

(Отчет по результатам четырех фокус-групп)

Москва
Июнь 1998

-
-
- **Автор отчёта** — *Л. Васильева*
 - **Модератор фокус-групп** — *Л. Васильева*
 - **Рекрутмент** — *Е. Касимская*
 - **Компьютерный дизайн и оригинал-макет** — *А. Данилова*
 - **Редактор** — *М. Кацва*
-
-

Адрес: 117421, РФ, Москва,
ул. Обручева, 26, корп. 2
Тел: 936-41-18, 936-42-12,
Факс: 936-41-18
Эл. почта: fom@fom.ru
Интернет: www.fom.ru
fond@fom.msk.su

Генеральный директор: *А.А. Ослон*
Зам. генерального директора: *Е.С. Петренко*

Оглавление

1. Источник информации и рекрутмент.....	4
2. Цель и задачи исследования	4
3. Выводы	5
4. Описание исследования.....	7
4.1. Атмосфера фокус-групп	7
4.2. Предпочтения новостных сюжетов.....	7
4.3. Субъекты влияния	11
4.4. Узнаваемость владельцев телеканалов.....	12
4.5. Идентификация новостей с телеканалами	13
4.6. Поведение респондентов в случае неудовлетворенности информацией	16
4.7. Влияние телевидения на публичных политиков	18

1. Источник информации и рекрутмент

Четыре фокус-группы, проведенные Фондом «Общественное мнение» 18, 19, 20 и 21 мая 1998 года в Москве. Участниками первой фокус-группы (18 мая) были 10 человек (мужчины и женщины с высшим образованием, 25-40 лет). Участниками второй фокус-группы (19 мая) были 10 человек (мужчины и женщины с высшим образованием, 40-60 лет). Участниками третьей фокус-группы (20 мая) были 9 человек (мужчины и женщины без высшего образования, 40-60 лет). Участниками четвертой фокус-группы (21 мая) были 8 человек (мужчины и женщины без высшего образования, 30-50 лет).

Рекрутмент осуществлялся на основе еженедельно обновляемой базы респондентов, принимавших участие в регулярных опросах Фонда «Общественное мнение».

Сценарий для проведения фокус-групп был разработан Заказчиком и согласован с Исполнителем.

2. Цель и задачи исследования

Основная цель настоящего исследования - выявление отношения представителей различных групп телеаудитории к подаче информации в телевизионных новостных программах.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:

- выявить телевизионные предпочтения респондентов и мотивы этих предпочтений (какие сюжеты в новостных программах представляют для них наибольший интерес и почему);
- узнать представления респондентов о том, кто оказывает решающее влияние на содержание новостных выпусков, кто формирует новостную политику каждого из следующих российских телеканалов - ОРТ, РТР, НТВ;

- определить степень узнаваемости новостных и аналитических программ на телеканалах ОРТ, РТР и НТВ;
- выяснить мнение респондентов о степени объективности ОРТ, РТР и НТВ на примере освещения этими телеканалами предвыборной губернаторской кампании в Красноярске;
- определить степень узнаваемости респондентами В.Гусинского, Б.Березовского, В.Потанина и Ю.Лужкова и выяснить, связываются ли их имена с какими-либо конкретными российскими телеканалами;
- выяснить, как ведут себя участники фокус-групп, если полученная в новостях информация представляется им необъективной;
- узнать мнение респондентов о влиянии телевизионных новостей и аналитических программ на действия российских публичных политиков.

3. Выводы

1. Участники фокус-групп относятся к телевизионным новостным выпускам со значительной степенью недоверия прежде всего из-за того, что одна и та же новость на разных телеканалах преподносится по-разному - как это выгодно заказчику.

2. Среди людей с высшим образованием (первая и вторая фокус-группы) наибольшим доверием пользуются новостные программы канала НТВ.

3. Среди представителей третьей и четвертой фокус-групп (респонденты со средним или начальным образованием) некоторые респонденты не смотрят телевизионные новости.

4. Вне зависимости от уровня образования респонденты проявляли интерес как к политическим и экономическим новостям, так и к новостям криминальным, скандалам и светской хронике.

5. Чем больший интерес проявляли респонденты к новостям политического характера, тем лучше они ориентировались в вопросе о владельце того или иного канала.

6. Если респонденты не доверяют информации телевизионных новостных выпусков, они либо теряют интерес к этой информации и выключают телевизор; либо продолжают искать достоверную информацию на другом телеканале или в других средствах массовой информации; либо продолжают смотреть этот выпуск новостей, но «фильтруют» информацию, отсекая комментарии.

7. Идентификация новостных выпусков с телеканалами, на которых они были показаны, для участников фокус-группы оказалась сложной. Однако респонденты с высшим образованием справлялись с этой задачей чаще, чем респонденты со средним и начальным образованием.

8. Канал ОРТ, по мнению участников дискуссий, отличается строгостью формулировок, четкой дикторской речью и некоторым консерватизмом подачи материала. Респонденты высказывали различные предположения о поддержке каналом какого-либо кандидата на пост губернатора Красноярского края.

9. Канал РТР, с точки зрения респондентов, является сугубо государственным и пропагандирует позицию правительства. Для него характерен несколько повествовательный, спокойный тон изложения новостей. На красноярских выборах этот канал поддерживал Зубова, поскольку, по мнению респондентов, руководство страны не было заинтересовано в победе Лебедева.

10. Канал НТВ, как полагают респонденты, находился «над схваткой» и был нейтрален в своих комментариях к новостям из Красноярска. Многие участники фокус-групп считают, что для НТВ характерен динамичный, «напористый и активный» стиль подачи новостей, что именно этот канал располагает наибольшим числом высокопрофессиональных журналистов.

11. Среди людей, чьи фотографии было предложено узнать респондентам, наиболее популярным оказался мэр Москвы Ю. Лужков; неплохо знали и Б. Березовского. Труднее всего участникам фокус-группы оказалось узнать В. Гусинского и Б. Березовского. Следует отметить, что среди участников дискуссий были и такие, кто полагал, что Гусинский и Бере-

зовский являются совладельцами одного или нескольких российских телеканалов.

12. По мнению участников дискуссий, телевидение способно воздействовать на публичных политиков, однако представители самого высшего эшелона власти «сами телевизор не смотрят», а их помощники составляют для них информационные подборки.

4. Описание исследования

4.1. Атмосфера фокус-групп

Во всех четырех фокус-группах обсуждение проходило доброжелательно, высказывания респондентов производили впечатление искренних. Некоторые участники дискуссий не сразу включались в процесс обсуждения, однако по ходу фокус-группы эти проблемы снимались, и практически все респонденты приняли активное участие в обсуждении.

4.2. Предпочтения новостных сюжетов

В ходе фокус-групп вопросу о предпочтениях новостных сюжетов было отведено немного времени – он задавался респондентам в рамках вступления. Однако здесь была получена, с нашей точки зрения, интересная информация: хотя предпочтения респондентов в отношении новостных сюжетов отличались (от внутренней и внешней политики до светской хроники, скандалов и криминальных происшествий), многие говорили о недостатке в эфире информации о жизни российских регионов.

- *"Меня интересует, что происходит не только у нас в Москве, но и в Смоленске и других городах. Мне хочется посмотреть, что делается в бывшем Союзе, в Российской Федерации."*
- *"Было бы интересно показать всю страну. Потому что в Москве мы видим Москву, Питер, Владивосток и несколько "горячих"*

точек. Ведь фактически население в Москве знает о том, что творится во всей стране, только по слухам, которые привозят люди, побывавшие там или сям."

- *"Нужно показывать, что происходит у нас в стране. Я бы поставил новости регионально. И давал бы как можно больше говорить местным."*

Интерес высокообразованных респондентов к новостным телепрограммам был в целом выше, чем респондентов без высшего образования. Правда, это можно объяснить условиями рекрутмента, который предполагал участие в первых двух фокус-группах (набранных из людей с высшим образованием) тех, кто заведомо смотрит выпуски телевизионных новостей на разных каналах.

Что касается различий в предпочтениях новостных сюжетов, то у высокообразованных респондентов (первая и вторая фокус-группы) и у респондентов без высшего образования (третья и четвертая группы) их практически не оказалось. Среди тех и других были люди, проявляющие повышенный интерес и к политическим событиям в России, и к международной обстановке, и к экономическим новостям, и к новостям культуры, и к скандальной хронике, и к сводкам происшествий.

- *"Меня интересует то, что в данный момент самое главное. Вот выборы президента – значит, я этим интересуюсь. В то же время я люблю новости о Москве, мне это очень интересно."*
- *"Мне нравятся события внутренней политики, высказывания лидеров, разные комментарии одного и того же лидера по разным программам новостей."*
- *"Интересуют все новости, а особенно интрижки."*
- *В первую очередь меня интересуют экономические новости, причем не только внутренние, но и внешние. Может быть, сплетни."*
- *"Экономическая ситуация не только внутри страны, но и во взаимоотношениях с другими странами. Культура, потому что она на грани вымирания. Еще спорт, но только мирового уровня."*

- *"Дорожный патруль. В новостях интересно про такие события."*
- *"Я больше люблю криминальные новости. Политические можно прочитать между строк."*

В ходе дискуссии респонденты говорили о том, что сегодняшнее телевидение показывает много сюжетов, содержащих жестокость, кровь, насилие. Одних респондентов это отталкивает от экранов телевизоров, других - привлекает.

- *"Чтобы не показывали что-то страшное, убийства, трупы. Именно в информационных программах этих трупов детей, нищих, я считаю, быть не должно."*
- *"Почти в каждом выпуске новостей показывают, что в Москве убили того-то и того-то, столько крови показывают – это до того неприятно. Ну ладно еще – мы смотрим, но ведь тут дети бегают, они же все это видят. И для них убить человека ничего не стоит. Получается, что жизнь человека настолько обесценилась благодаря этим же новостям."*
- *"Я тут вспомнил CNN. Там ведь есть определенные нормы для западных журналистов. Почему наши им не следуют? Ведь эту кровь, оторванные ноги, оторванные головы – все это никогда не показывают в самых страшных эпизодах войны в Заливе."*
- *"Уж лучше на экране это видеть, чем слышать это где-то в подворотне. Как раньше было, вспомните: какой-нибудь незначительный случай, а из него столько раздувают – чуть ли не гражданская война начинается, по слухам."*

Исходя из высказываний участников фокус-групп, можно выделить три следующих основных принципа подхода к новостным программам.

1. Больше фактов и меньше комментариев:

- *"Меня интересуют новости, над которыми я могу поразмыслить и подумать, новости, которые не дают следом за собой анализа."*
- *"Я давал бы меньше комментариев, поскольку программа информационная. Прежде всего программа должна нести сведения о событиях. Аналитику я выделил бы в отдельную программу. Кому надо, пусть занимается анализом."*
- *"Только факты, причем без комментариев - ни прямых, ни косвенных. Каждый понимает сам, сам решает, правда или нет. Чтобы на него не давили."*

2. Больше позитивного и меньше негативного:

- *"Нельзя воспитывать только на происшествиях и несчастьях, хотя об этом надо говорить."*
- *"Очень много негативного показывается. Это смакуется, это интересно, это привлекает зрителей. Это преподносится каждым комментатором в зависимости от его вкуса. Этой чернухи желательно поменьше."*
- *"Информация подспудно копируется, об этом нельзя забывать. Я не говорю, что нельзя показывать негативное, но просто что-то должно соседствовать, не может быть только сплошной негатив."*

3. Больше информации о жизни людей в регионах России:

- *"Я бы новости поставил регионально. Чтобы опрос был: что бы вы сделали, если бы были губернатором области, мэром. Спросить у обычных бабуль, дедуль, особенно у молодежи."*

И хотя респонденты по-разному подходят к вопросу об освещении событий новостными программами, хотят видеть разные по стилю и интонации новости, объединяет их одно – все хотят получать достоверную информацию. По мнению участников дискуссии, новостным телевизионным выпускам не хватает объективности, беспристрастности, правдивости.

- *"Меня больше всего смущает в наших информационных программах, что очень уж виден этот политический заказ. Новости, предположим, Первого канала, Российского или НТВ очень отличаются друг от друга – вроде бы одни и те же события, а освещаются совершенно по-разному."*
- *"Мне новости вообще не интересны. Все неправда."*
- *"Все информационные, особенно аналитические, программы создаются не для развлечения публики. Это инструмент для продвижения каких-то идей определенных партий, группировок."*
- *"Кто-то заинтересован в том, чтобы информацию восприняли именно так, как хочется тому, кто дает эту информацию."*
- *"Чтобы в целом привлечь внимание людей, каждый старается как может. Но цель одна и в политике, и в экономике: повысить сесть и побольше взять."*

4.3. Субъекты влияния

При обсуждении вопроса о тех, кто влияет на новостную политику канала, респонденты сначала говорили о редакторах, журналистах, ведущих – тех, кто так или иначе занят в процессе непосредственного производства новостей, потом – о человеке, следящем за соблюдением интересов «хозяина» канала (респонденты называли его «комиссаром», «цензором», «уполномоченным», «представителем»). В одних случаях хозяином считали конкретного человека (В.Гусинского, Б.Березовского), в других – некоего коллективного владельца – «спонсоров»,

«рекламодателей». Участники дискуссий были уверены, что люди, финансирующие канал, следят за соблюдением своих интересов.

Важно отметить, что в первой и второй фокус-группах, где респонденты имели высшее образование, они практически безошибочно определяли принадлежность телевизионных каналов (НТВ – В.Гусинскому, ОРТ – Б.Березовскому, РТР – «государственный»).

- *"Гусинский - никто, он – чистый бизнесмен, поэтому у него совсем другие интересы"* (по поводу НТВ).
- *"В некоторых особо сложных случаях политический аналитик должен обязательно узнать, уточнить мнение хозяина, кому принадлежит этот канал. На ОРТ – Борис Абрамович (Березовский)".*
- *"Поскольку РТР – государственная телекомпания, мне кажется, она наиболее мягко обо всем сообщает, каких-то острые формулировки не используются, конечно, она лояльна власти."*

В третьей и четвертой фокус-группах респонденты не всегда могли точно назвать владельцев, иногда даже полагая, что В.Гусинский и Б.Березовский являются совладельцами канала.

- *"Я читала, что Березовский и Гусинский – НТВ. Мост-банк финансирует НТВ."*
- *"НТВ – это Мост-банк. Руководит и диктует. ОРТ – Эрнст."*
- *"ОРТ? Я не помню. Березовский или Гусинский. Один из двух."*
- *"Мне кажется, РТР руководят из правительства. Говорят, что и как сделать."*
- *"РТР, конечно, существует на рекламные деньги. Бюджетные они недополучают регулярно."*

4.4. Узнаваемость владельцев телеканалов

Участникам исследования были показаны фотографии пяти людей – Ю.Лужкова, В.Гусинского, Б.Березовского, В.Потанина, Е.Строева. Как и следовало ожидать, Ю.Лужкова узнали все. Следующим по узнаваемости оказался Б.Березовский. Наименее узнаваемы – В.Потанин (правда,

фотография была не совсем удачной) и В.Гусинский. Промежуточную позицию по узнаваемости занимал Е.Строев.

Опять наиболее правильными сведениями об отношениях этих людей с российскими телеканалами располагают участники первой и второй фокус-групп, хотя и они путают Б.Березовского с В.Гусинским. Участники третьей группы в этом вопросе ориентируются несколько хуже, а респонденты из четвертой группы почти ничего не знают об этих людях. Тем не менее, участники дискуссий полагают, что Ю.Лужков как-то связан с московским каналом, а Е.Строев – в силу своего должностного положения – с РТР. О связи В.Потанина с конкретным телеканалом респондентам практически ничего не известно, но многие знали, что В.Гусинский и Б.Березовский являются владельцами телеканалов. При этом одни были уверены в том, что В.Гусинский владеет НТВ, а Б.Березовский – ОРТ, другие полагали – что наоборот, а третьи считали, что эти два человека являются совладельцами одного или нескольких каналов.

4.5. Идентификация новостей с телеканалами

Участникам фокус-группы были показаны новостные сюжеты каналов ОРТ, НТВ и РТР. Предварительно на экране телевизора бумагой закрыли те места, где обычно располагается логотип каждого телеканала, и предложили идентифицировать сюжет с телеканалом. Интересно, что все три сюжета вызвали довольно горячее обсуждение – респонденты спорили друг с другом, приводили аргументы в поддержку своего варианта принадлежности сюжетов одному из российских каналов. Единогласия не было ни по одному из сюжетов. Спор возникал по поводу манеры подачи информации и поддержки одного из кандидатов – Зубова или Лебеда. Одни считали тот или иной выпуск новостей нейтральным по отношению к кандидатам на пост губернатора Красноярского края – Зубову и Лебедю, другие полагали, что сюжет "прозубовский", а третьи, – что "пролебедевский". Одни были уверены что сюжет сделан на НТВ, поскольку узнавали почерк журналистов этого канала, другие же полага-

ли, что сюжет принадлежит ОРТ или РТР, так как чувствовали в нем манеру подачи одного из этих телеканалов. По мнению одних респондентов, РТР поддерживал Зубова, а по мнению других, этот канал был на стороне Лебеда.

Большинство респондентов не смогли правильно идентифицировать предложенные сюжеты с каналами, на которых они были показаны. Однако в первой и второй фокус-группах правильных ответов было ощутимо больше, чем в третьей и четвертой.

НТВ

- *"Мне почему-то показалось, что это ОРТ. Во-первых, там в речи диктора есть фразы, которые у них были раньше, а во-вторых, мне почему-то кажется, что в этом репортаже видно, что наша политическая верхушка не приемлет Лебеда."*
- *"Мне все-таки кажется, что это Российский. Сюжет не в стиле НТВ. НТВ более напористо, а тут спокойно. Они не показали ни того, ни другого в лучшем свете. После всех этих репортажей один не лучше другого."*
- *"Мне кажется, что это НТВ. Скандальный немножко."*
- *"С моей точки зрения, у НТВ симпатии всегда на стороне Лебеда, они так и освещали все события."*

РТР (российский, или 2-й канал)

- *"Мне кажется, НТВ. Показали, что Лебедь, несмотря на склопки, занимается своим личным делом. В то время как Зубов, не придя в себя после первого тура, ведет себя как бы против Лебеда. Там есть немножко чернухи."*
- *"РТР. Здесь симпатий явных не было. А с таким намеком: к Лебедю мы склоняемся, и вас склоняем. Он более подходит на роль губернатора, нежели Зубов."*

- *"РТР. Оттуда и мягкое навязывание Зубова, если можно так говорить. Объясняется, что Зубов – человек местный, а Лебедь – залетный."*

ОРТ (1-й канал)

- *"Я полагаю, это НТВ. Более откровенный сюжет, больше тайн избирательной кампании. Не столько о них, сколько об их грязных делах."*
- *"Почему первый канал? Потому что вел себя как-то нейтрально по отношению именно к кандидатам. Просто когда был период выборов, ему (каналу) еще не сказали, за кого и как. Поэтому полностью нейтральный сюжет."*

Не идентифицировали участники дискуссий и аналитические программы, даже несмотря на появление в первом сюжете в кадре Доренко. И все-таки аналитическую программу «Время» смогли правильно назвать большинство участников фокус-групп. И так же, как в случае с новостными выпусками, точнее были респонденты с высшим образованием.

Программа «Время» (ОРТ)

- *"Новости у первого канала аудиозные. Я не знаю, как Доренко держится вообще."*
- *"Это профессионализм и лавирование первого канала – начать за месяц до результатов и держать руку на пульсе."*
- *"Доренко, даже если он чье-то мнение говорит, то очень хорошо выдает его за свое собственное."*
- *"Этот сюжет однозначно в пользу Лебеда. Но это не НТВ. Потому что канал, который имеет возможность проехаться по финансовым структурам, не может быть НТВ. Он не будет го-*

*ворить о банкирах, которые грабят край. Ему не позволят...
Это совершенно точно первый канал"*

Программа «Зеркало» (РТР)

- *"Я думаю, что это "Зеркало". Для первого канала слишком круто. И на 100% в пользу Зубова."*
- *"Это РТР. Откровенно, глупо прозубовская вещь."*
- *"Российский канал был честно ангажирован за Зубова."*

Программа «Итоги» (НТВ)

- *"Наверное, НТВ, даже если они на кого-то и работали, то это было очень незаметно."*
- *"По моему мнению, НТВ – более коммерческий канал, поэтому они работают чисто – если этот выиграет, то мы будем с ним работать. Поэтому они выгоду видят только в том, чтобы им было хорошо. Они особо ни на кого не показывают. Может, находятся над схваткой, а, может, стараются сделать так, чтобы никого не обидеть."*
- *"Два коршуна в одном гнезде не уживаются. Киселев не стал бы Лебеда хвалить. Как это ни странно."*

4.6. Поведение респондентов в случае неудовлетворенности информацией

В случае неудовлетворенности респондентов информацией, их поведение укладывается в одну из следующих трех схем:

Одни теряют интерес к информации, стараются посмотреть спортивную передачу, фильм, переключаются на другие дела.

- *"Я очень просто делаю – я включаю второй телевизор и жду, когда будет по этой программе спорт, а по другой программе смотрю то, что мне нравится."*

- *"Я вообще выключаю телевизор."*
- *"Когда мне не нравится что-то по телевизору, я стараюсь найти себе другое занятие."*

Вторые ищут информацию о тех же событиях в иных источниках: другой телеканал, пресса, радио, друзья, знакомые, родственники.

- *"Я, конечно, дослушаю новость до конца, даже если я чувствую, что мне ее навязывают. А потом попытаюсь послушать ее на других каналах и выбрать ту трактовку, которая ближе к моей точке зрения."*
- *"У меня муж покупает газеты. Он их просматривает, и когда показывают сюжет, говорит: а там сказали то-то и то-то. Получается пирамидка из того, что где сказали. Такой поток информации и "за", и "против". А мы пытаемся сделать сечение."*
- *"Если новость не нравится, всегда можно в газете посмотреть."*

Третьи продолжают смотреть выпуск новостей, но с поправкой на необъективность, отсекая комментарии и аккумулируя только факты. Затем эти факты сопоставляют с информацией из других источников и проводят собственный анализ.

- *"Меняется отношение к тому, кто это говорит, если это человек необъективный. А все точки зрения нужно выслушать."*
- *"Я не переключаяю, если идет тема, которая мне интересна. Интересно, как он врет: отвратительно и гнусно врет. А через два часа после ОРТ включу НТВ и посмотрю, что там. Я сужу по своей совести и интуиции."*
- *"Я как-то к своему внутреннему ощущению прислушиваюсь, но конечно, какой-то поправочный коэффициент у меня есть."*

4.7. Влияние телевидения на публичных политиков

По мнению участников дискуссий, большинство высших руководителей страны телевизор практически не смотрят.

- *"Им это неинтересно смотреть. Зачем? Они в этом и так вращаются постоянно."*
- *"Конечно, если он сам был участником каких-то событий, ему может быть интересно, насколько эти события правильно осветили."*
- *"Я думаю, что они в принципе не смотрят."*
- *"Они не смотрят. Им только подносят информацию, что где напечатано."*

Некоторые респонденты полагают, что помощники публичных политиков составляют для своих начальников информационные подборки по своему усмотрению.

- *"У каждого думского чиновника есть много тех, кто им пишет."*
- *"Я предполагаю и боюсь, что наши руководители смотрят только те передачи или куски, которые им отобрали. То, что дало личное окружение."*

В то же время респонденты полагают, что телевидение оказывает воздействие на формирование общественного мнения, которое, в свою очередь, способно в случае выборов повлиять на жизнь публичных политиков. Поэтому ни депутаты, ни члены правительства не могут игнорировать влияния телевидения на общество. Власть пытается воздействовать на журналистов, а журналисты стремятся избежать этого давления.

- *"В прессе, по телевидению он на себя посмотрел, и уже думает, как себя вести. Это имидж. А тем более политика."*
- *"С помощью телевидения общественное мнение можно направить в любую сторону"*
- *"Хотя бы эта история с отставкой Чубайса. На самом деле все это закрутилось благодаря ТВ, и до сих пор в правительстве все меняется и меняется"*

- *"Телевидение, пресса и вся журналистика – третья сила. Высшие эшелоны власти стараются ей управлять, но она старается улизнуть, что ей удается с трудом."*
- *"ТВ просто не дает нам быть обывателями, быть вдалеке от всего этого. Каждый человек уже не может жить своей жизнью, оторванной от общества."*