

УДК 654.1 + 791.4 + 316.7

DOI: 10.30628/1994-9529-2021-17.3-11-50

Статья получена 18.11.2020, отредактирована 08.09.2021, принята 29.09.2021

Александр Вячеславович Шариков

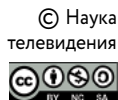
кандидат педагогических наук,
профессор департамента медиа,
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
109028, Россия, Москва, Хитровский пер., д. 2/8, корп. 5
ResearcherID: L-1487-2015
ORCID: 0000-0001-6035-5960
e-mail: asharikov@hse.ru

Для цитирования

Шариков А.В. Ночное телесмотрение в России: опыт эмпирических исследований // Наука телевидения. 2021. 17 (3). С. 11–50. DOI: <https://doi.org/10.30628/1994-9529-17.3-11-50>.

Ночное телесмотрение в России: опыт эмпирических исследований

Аннотация. В статье впервые в научной литературе рассматриваются тенденции ночного телесмотрения в России. Констатируется, что ночные телепросмотры — сравнительно новое явление для нашей страны, поскольку лишь в XXI веке в России телеканалы стали вещать круглосуточно — вещание крупнейших каналов превысило 23 часа в сутки только в 2011 году. Показана корреляция между средним временем телесмотрения и продолжительностью темного времени суток, что приводит к сезонным колебаниям общей величины телеаудитории. Следствием этой связи является зависимость телесмотрения от географии проживания телезрителей, т.к. на разных широтах сезонные вариации темного времени суток различны — связь усиливается от южных к северным регионам. Анализ динамики средней величины общей аудитории в течение суток позволил обнаружить, что в полночь в России наблюдается довольно много телезрителей: в 2018–2020 годах по будням эта величина составляла около 15%, по выходным — около 16%. Ночной минимум аудитории приходится на 4:30 и составляет около 3%. Демографическая структура ночной аудитории в целом близка к среднесуточной. Типичный телезритель — это жен-



щина со средним образованием в возрасте от 50 до 69 лет. В ночные часы в структуре общей аудитории немного увеличивается процент мужчин, лиц среднего возраста и уменьшается процент женщин, детей и пожилых людей от 70 лет и старше. В 2020 году в ночные часы российские телезрители чаще всего смотрели телеканал «Россия 1», «Пятый канал» и «НТВ». На годовом отрезке наибольшая аудитория в ночные часы собирается в Новогоднюю ночь. Ее максимум приходится на момент наступления Нового года. Однако даже в эти минуты общая величина телеаудитории в России в последние годы составляет менее 50%.

Ключевые слова: телевидение, телевизионная аудитория, ночное телевидение, продолжительность темного времени суток, географическая широта

Благодарности: автор необычайно признателен коллегам из компании «Медиаскоп» и лично ее руководителю Р.Р. Тагиеву за возможность использовать полученные ими данные.

UDC 654.1 + 791.4 + 316.7

Received 18.11.2020, revised 08.09.2021, accepted 29.09.2021

Alexander V. Sharikov

Cand. Sci. (Pedagogy), Professor at the School of Media,
HSE University,

Khitrovskiy pereulok, 2/8, build. 5, 109028, Moscow, Russia

ResearcherID: L-1487-2015

ORCID: 0000-0001-6035-5960

e-mail: asharikov@hse.ru

For citation

Sharikov A.V. Nighttime TV Viewing in Russia: An Empirical Research. *The Art and Science of Television*. 2021. 17 (3), pp. 11–50. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-173-11-50>

Nighttime TV Viewing in Russia: An Empirical Research

Abstract. For the first time in the scientific literature, the article examines the trends of nighttime television viewing in Russia. This phenomenon is relatively new for Russia: Russian TV channels began round-the-clock broadcasting only

in the 21st century; it is not until 2011 that the largest channels passed the mark of broadcasting 23 hours a day. A correlation is shown between the average time of TV viewing and the nighttime duration, which leads to seasonal fluctuations in the total television audience. A consequence of this relationship is the dependence of TV viewing on the viewers' residence geography, since the seasonal variations of the dark time of the day vary at different latitudes. Analysis of the average audience dynamics during the day showed that at midnight there are quite a lot of TV viewers: in 2018–2020, this figure was about 15% on weekdays and about 16% on weekends. The nighttime audience minimum of approximately 3% falls at 4:30 a.m. The demographic structure of the night audience is generally close to the daily average. A typical TV viewer is a woman aged 50 to 69 with a secondary education. At night, the percentage of men and middle-aged people in the structure of the total audience increases slightly, while the percentage of women, children and the elderly aged 70 and older decreases. In 2020, at night, Russian TV viewers watched channels Russia 1, Channel 5 and NTV most often. On the annual segment, the largest nighttime audience gathers on New Year's Eve. Its maximum falls on the midnight of New Year's Eve. However, even in these minutes, the total TV audience in Russia in recent years has been less than 50%.

Keywords: television, television audience, nighttime TV viewing, nighttime duration, geographic latitude

Acknowledgements: the author would like to thank his colleagues at Mediascope and personally its director R.R. Tagiev for the opportunity to use their data.

ВВЕДЕНИЕ

Телесмотрению, его закономерностям, поведению телевизионной аудитории посвящено немало работ, самые ранние из которых появились уже в 1950-е гг. [1, 2], а в СССР — в 1960-е [3, 4, 5, 6]. Интерес к исследованиям телевизионной аудитории в нашей стране существенно возрос в 1990-е, что было обусловлено созданием нормативной базы, разрешающей размещать коммерческую рекламу, которая создала предпосылки для быстрого роста числа телеканалов. Возникла насущная потребность в изучении телеаудитории для обеспечения разнообразных производственных целей, в первую очередь, редакционных [7, 8] и рекламных [9, 10, 11]. Кроме того, появился ряд работ, которые рассматривают телевизионную аудиторию в более широком контексте, как категорию, связанную с

социально-культурными процессами [12, 13, 14, 15]. Среди работ российских авторов о телевизионной аудитории последних трех-четырёх лет, число которых составляет около 30, выделим статьи А.С. Мухиной [16], Е.Е. Нашикян [17], И.А. Полуэхтовой [18], А.В. Шарикова [19], А.М. Шестериной [20] и К.О. Юсуповой [21]. Однако, несмотря на значительное количество публикаций за многие десятилетия, в России до сих пор не было ни одной, где ночное телесмотрение рассматривалось бы специально.

Причина в том, что ночное телесмотрение в России — явление относительно новое. Не все знают и не все помнят, что в советское время телевидение вещало далеко не круглые сутки — даже в дневные часы каналы работали с перерывами, а ночью вещание не велось вообще, если не считать редкие праздничные трансляции. Такое положение вещей продолжалось вплоть до конца 1990-х гг., когда мало-помалу телеканалы стали осваивать ночной эфир. Чтобы не быть голословными, приведем данные регистрации эфирных материалов шести ведущих российских телеканалов за период с 1999 года по 2012 год, которую осуществлял исследовательский центр «TNS Russia» (в 2016-м году изменивший название на «Медиаскоп»). Эти данные представлены в таблице 1.

Из таблицы отчетливо видно, что еще в 1999–2000 гг. в ночные часы каналы почти не работали — среднесуточное время вещания составляло от 15 час. 34 мин. (телеканал ТНТ в 1999 г.) до 19 час. 16 мин. (телеканал «Россия» в 2000 г.). Простой расчет позволяет понять, что на основных каналах ежедневно наблюдалась остановка вещания в среднем от 4 час. 44 мин. до 8 час. 26 мин. в сутки. И она, разумеется, приходилась на ночные часы. Ситуация начала меняться после 2000-го года, когда каналы стали активнее осваивать ночной эфир, и лишь в 2011-м году у всей шестерки ведущих телеканалов России среднее время вещания превысило 23 часа в сутки¹.

Для того, чтобы охарактеризовать ночное телесмотрение, мы будем оперировать данными отраслевых измерений телевизионной аудитории. В России сложилась система непрерывных автоматизированных измерений телесмотрения с помощью т.н. пиплметров, фиксирующих факт обращения зрителей к тому или иному телеканалу в заданный момент времени. Официальный оператор — упомянутая выше компания «Медиаскоп». Измерения ведутся ежедневно, поминутно и круглосуточно на

¹ Заметим, что достичь среднего объема вещания, равного 24-м часам, невозможно, поскольку время от времени каналам необходимо приостанавливать вещание для профилактических работ по эксплуатации систем распространения телевизионного сигнала. — А.Ш.

достаточно большой репрезентативной выборке. До 2020 года выборка репрезентировала население российских городов численностью от 100 тыс. чел. и более в возрасте от 4 лет и старше. С 2020 года выборка была существенно расширена и на момент написания статьи репрезентирует население России, включая сельских жителей, в возрасте от 4 лет и старше. В выборку включено 7650 домохозяйств, в которых проживает свыше 19 тысяч человек [22]. Отслеживается аудитория по каждому эфирному событию 29-ти телеканалов.

Таблица 1
Table 1

**Среднесуточное время
вещания шести ведущих российских телеканалов
в 1999–2012 гг. по годам /**
**Average daily broadcasting time
of the six leading Russian TV channels in 1999–2012 by year**

| | Первый канал / <i>Channel One</i> | Россия / <i>Russia</i> | НТВ / <i>NTV</i> | СТС / <i>STS</i> | Рен ТВ / <i>REN TV</i> | ТНТ / <i>TNT</i> |
|------|--------------------------------------|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|---------------------|
| 1999 | 18:43 | 18:02 | 17:54 | 16:48 | 15:42 | 15:34 |
| 2000 | 18:46 | 19:16 | 18:20 | 16:56 | 17:21 | 18:18 |
| 2001 | 19:23 | 20:00 | 18:29 | 17:43 | 18:04 | 18:21 |
| 2002 | 20:11 | 20:08 | 19:24 | 19:45 | 18:56 | 20:40 |
| 2003 | 21:09 | 22:50 | 20:33 | 19:26 | 19:49 | 21:14 |
| 2004 | 23:05 | 23:49 | 21:07 | 20:29 | 20:40 | 20:58 |
| 2005 | 23:06 | 23:50 | 23:52 | 21:10 | 20:59 | 22:17 |
| 2006 | 23:08 | 23:47 | 23:51 | 21:48 | 21:33 | 22:19 |
| 2007 | 23:13 | 23:43 | 23:53 | 22:17 | 23:08 | 22:44 |
| 2008 | 23:46 | 23:38 | 23:51 | 22:15 | 23:35 | 22:47 |
| 2009 | 23:49 | 23:38 | 23:53 | 22:21 | 23:33 | 23:14 |
| 2010 | 23:50 | 23:40 | 23:52 | 22:39 | 23:46 | 23:11 |
| 2011 | 23:39 | 23:41 | 23:53 | 23:05 | 23:51 | 23:09 |
| 2012 | 23:43 | 23:41 | 23:54 | 23:16 | 23:55 | 23:07 |

Источник: TNS Russia

Source: TNS Russia

Определим теперь, что в настоящей статье понимается под словом «ночь». Мы рассмотрим две концепции ночи, одна из которых связывает-

ся с понятиями темного и светлого времени суток, а вторая привязывается к конкретному времени суток.

НОЧЬ КАК ТЕМНОЕ ВРЕМЯ СУТОК

В таком понимании ночь предстает как отсутствие света, и интересно проследить, каким образом вариации темного и светлого времени суток связаны с телесмотрением. Но сначала позволим себе небольшое лирико-метафорическое отступление.

Существуют по меньшей мере три широко известных метафорических представления о телевидении, сложившиеся за время его существования. Первое: телевидение как окно в мир. Это, пожалуй, самая старая метафора, связанная с телевидением [23, 24, 25]. Через такое окно человек наблюдает за происходящим в мире в самых отдаленных его уголках, и человечество, выражаясь словами М. Маклюэна и К. Фиоре, превращается в «глобальную деревню» [26], где все знают все про всех и живо обсуждают мировые новости.

Исторически вторая метафора — телевидение как зеркало. Она появилась и активно обыгрывалась где-то в 1970-е–1980-е гг. [27, 28, 29]. Метафора символизировала идею о том, что телевидение отражает жизнь. Все, что показывают, светлые и праведные ли, темные и греховные ли стороны человеческого бытия, все это отражение самого человека, человеческого сообщества. Телевидение «становится зеркалом культуры повседневности» [30; с. 66]. Метафоры «окно в мир» и «зеркало» в своих работах нередко используют историки телевидения [31, 32].

Третья метафора — телевидение как замочная скважина. В отечественной культуре эта метафора укоренилась уже в постсоветский период, когда телеэкран заполнили сцены эротики и насилия. Многим людям свойственно подглядывать в щелочку за другими — соседями, своими близкими и не очень. Посмотреть, а чем это они там занимаются? Ссорятся, дерутся, предаются любовным утехам? Телевидение давно уже смещается в эту греховно-запретную сферу, вызывая многочисленные нарекания в свой адрес. «Великая иллюзия, кинематограф, и тем более последующее за ним телевидение — это, по сути, Великая Замочная Скважина, через которую зритель подглядывает за умело срежис-

сированной Большой стиркой чужого белья», — так выразил эту мысль А.Н. Малахов в книге «О чем говорят. По ту сторону экрана» [33, с. 14].

Добавим к этой классической тройке еще одну, четвертую метафору — телевидение как домашний очаг. Эта метафора в отечественной традиции часто использует другую формулировку — «голубой огонек». Разглядеть «голубой огонек» можно лишь тогда, когда начинает смеркаться, и очаг становится отчетливо виден. Свет огонька в очаге завораживает, создает уют и заставляет забыть о бытовых неприятностях. Именно эта метафора наиболее созвучна архетипам сознания, где сливаются воедино физиологические и психологические основания. И становится понятным, что телевидение чаще ассоциируется с ночным состоянием сознания человека. Вокруг ночь, сумрак, а мы у телевизора-камелька, нам светло, тепло и уютно. А если еще и показывают что-либо путное-интересное, то и совсем хорошо. И это ощущение глубоко и не всегда осознаваемо.

Вернемся теперь из царства метафор в мир логики, цифр, фактов и преобразуем четвертую метафору в гипотезу. Если телесмотрение ассоциируется с темным временем суток, то должна быть корреляция между временем телесмотрения и продолжительностью темного времени суток, принимая во внимание тот факт, что последняя представляет собой переменную величину — она меняется ото дня ко дню, причем по-разному в разных городах в зависимости от их географической широты. Соответственно, должна быть достаточно сильная связь между продолжительностью темного времени суток и среднесуточной величиной аудитории, поскольку в конечном счете среднесуточная величина аудитории напрямую связана со средним временем телесмотрения [15].

Первые статистические наблюдения, на основе которых возникла данная гипотеза, восходят еще к 1980-м, когда в Великобритании начались непрерывные автоматизированные измерения с помощью пиплметров, и в какой-то момент исследователи попытались понять, почему величина аудитории телевидения уменьшается весной и летом. Первоначально связывали это снижение с погодными факторами, прежде всего, с температурой воздуха [34]. Однако на длительных отрезках времени температура воздуха в северных широтах коррелирует с продолжительностью светлого времени суток, поскольку к лету день становится длиннее. Температурные вариации — следствие изменения продолжительности светлого времени суток: чем дольше длится день, тем сильнее Солнце успевает прогреть Землю.

Исходя из приведенных фактов, в рамках настоящего исследования были сформулированы **две рабочих гипотезы**.

1. *Существует достаточно выраженная прямая связь между продолжительностью темного времени суток и среднесуточной величиной аудитории.*

2. *Эта связь будет различаться для разных городов, поскольку колебания продолжительности темного времени суток зависят от их географической широты.*

Для проверки этих гипотез был проведен корреляционный анализ. С одной стороны, из базы данных «TV Index. Города»² были выгружены данные по 27 российским городам с 1 января 2007 года по 14 марта 2021 года. Для того, чтобы избежать искажений, связанных с недельной цикличностью, проявляющейся в виде разницы в величине телеаудитории по будням и выходным, за единицу анализа в каждом городе были взяты среднесуточные значения процентного объема общей аудитории (сумма по всем принимаемым каналам в каждом городе) на недельных интервалах. В течение указанного периода для каждого города таких значений оказалось 741.

С другой стороны, для каждого города для каждой из 741-ой недели были рассчитаны средние значения продолжительности темного времени суток на основе известных астрономических формул и таблиц.³ Далее для каждого города рассчитывался коэффициент корреляции Пирсона **R** на матрице размером **{741 x 2}** между среднесуточными значениями процентного объема общей телеаудитории и среднесуточной продолжительностью темного времени суток. За процедурой расчета коэффициента Пирсона следовала проверка гипотез о статистической значимости рассчитанных коэффициентов корреляции. Оказалось, что для серии из 741-го наблюдения минимальная статистически значимая величина коэффициента Пирсона составляет **0,137** для **α менее 0,0001 (что соответствует вероятности свыше 99,99%)**.

² База данных «TV Index. Города», продукт компании «Медиаскоп», содержит информацию о телесмотрении населения в возрасте от 4 лет и старше в 27 крупных городах Российской Федерации с 2007 года. Метод сбора информации – пиплметрическая панель – автоматизированные непрерывные измерения поведения телевизионной аудитории с поминутным шагом на выборках, репрезентирующих каждый город. – А.Ш.

³ Как известно из стандартного курса астрономии, продолжительность темного времени суток в часах вычисляется по формуле: $T = 24 \cdot (1 - \arccos(-\operatorname{tg} \varphi \cdot \operatorname{tg} \delta)) / \pi$, где φ – географическая широта, выраженная в радианах, а δ – склонение Солнца в заданный день, выраженное в радианах. Величина δ берется из соответствующих астрономических таблиц. – А.Ш.

Результаты корреляционного анализа представлены в таблице 2. В ней содержится список из 27 российских городов, в которых проводится лонгитюдное непрерывное репрезентативное измерение телеаудитории, – все они указаны в первой колонке. Вторая колонка содержит географическую широту, на которой расположен каждый город. Обратите внимание на пределы этой величины. Самый северный город в этом списке – Санкт-Петербург, географическая широта которого составляет **59°52'**. Несколько ниже по широте расположены Пермь (**58°00'**) и Ярославль (**57°41'**). Самый южный – Владивосток (**43°12'**). На близких к нему широтах расположены также Ставрополь (**45°04'**) и Краснодар (**45°05'**).

В третьей колонке для каждого города находим коэффициенты корреляции Пирсона между, с одной стороны, средними за неделю процентными объемами общей телеаудитории и, с другой стороны, средней за неделю продолжительностью темного времени суток в каждом городе для каждой недели. Величина коэффициентов Пирсона варьируется от **0,486** в Ставрополе до **0,783** в Санкт-Петербурге. Заметим также, что в двух городах, широта которых близка к Санкт-Петербургу, коэффициенты Пирсона принимают значения **0,661** (Пермь) и **0,631** (Ярославль). Напротив, в городах, расположенных ближе к южным широтам, наблюдаются более низкие значения коэффициентов Пирсона: **0,486** (Ставрополь) и **0,508** (Краснодар).

Таблица 2
Table 2

**Результаты корреляционного анализа
между среднесуточным процентным объемом общей телеаудитории
и средней за неделю продолжительностью темного времени суток
в 27 российских городах с 1 января 2007 года по 14 марта 2021 года**

*Correlation between the average daily percentage
of the total TV audience and the weekly average nighttime duration
in 27 Russian cities from January 1, 2007 to March 14, 2021*

| Города City | Географическая широта Geographic latitude | Коэффициент Пирсона R Pearson correlation (R) |
|----------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Барнаул Barnaul | +53°21' | 0,725 |
| Владивосток Vladivostok | +43°12' | 0,491 |

| | | |
|-------------------------------------------|---------|-------|
| Волгоград <i>Volgograd</i> | +48°48' | 0,679 |
| Воронеж <i>Voronezh</i> | +51°41' | 0,607 |
| Екатеринбург <i>Ekaterinburg</i> | +56°50' | 0,629 |
| Иркутск <i>Irkutsk</i> | +52°21' | 0,641 |
| Казань <i>Kazan</i> | +55°52' | 0,695 |
| Кемерово <i>Kemerovo</i> | +55°27' | 0,617 |
| Краснодар <i>Krasnodar</i> | +45°05' | 0,508 |
| Красноярск <i>Krasnoyarsk</i> | +56°04' | 0,626 |
| Москва <i>Moscow</i> | +55°44' | 0,683 |
| Нижний Новгород <i>Nizhny Novgorod</i> | +56°20' | 0,691 |
| Новосибирск <i>Novosibirsk</i> | +54°57' | 0,624 |
| Омск <i>Omsk</i> | +54°58' | 0,687 |
| Пермь <i>Permian</i> | +58°00' | 0,661 |
| Ростов-на-Дону <i>Rostov-on-Don</i> | +47°16' | 0,599 |
| Самара <i>Samara</i> | +53°14' | 0,646 |
| Санкт-Петербург <i>St. Petersburg</i> | +59°52' | 0,783 |
| Саратов <i>Saratov</i> | +51°33' | 0,708 |
| Ставрополь <i>Stavropol</i> | +45°04' | 0,486 |
| Тверь <i>Tver</i> | +56°48' | 0,737 |

| | | |
|---------------------------------|---------|-------|
| Томск <i>Tomsk</i> | +56°30' | 0,562 |
| Тюмень <i>Tyumen</i> | +57°10' | 0,624 |
| Уфа <i>Ufa</i> | +54°45' | 0,695 |
| Хабаровск <i>Khabarovsk</i> | +48°33' | 0,598 |
| Челябинск <i>Chelyabinsk</i> | +55°05' | 0,502 |
| Ярославль <i>Yaroslavl</i> | +57°41' | 0,631 |

Значения коэффициента корреляции Пирсона для всех городов статистически значимы с вероятностью выше 99,99%

The values of the Pearson correlation coefficient for all cities are significant with a probability higher than 99,99%

В традициях математической статистики принято придерживаться следующей интерпретации значений коэффициентов корреляции Пирсона. Данная величина лежит в интервале от **-1** до **+1**. Отрицательные значения трактуются как обратная связь, положительные — как прямая. Из таблицы 2 видно, что все значения коэффициента Пирсона положительные. Следовательно, мы фиксируем прямую связь во всех рассматриваемых городах между среднесуточным процентным объемом телеаудитории и средней за неделю продолжительностью темного времени суток. Другими словами, чем больше длится темное время суток в некотором городе, тем большая по объему телеаудитория собирается в этом городе.

Для статистически значимых величин коэффициента Пирсона (а в нашем случае все полученные величины **R** — статистически значимые) принято считать корреляцию сильной, если величина **R** превышает **0,7**. В таблице 2 таких величин четыре — в Барнауле (**0,725**), Санкт-Петербурге (**0,783**), Саратове (**0,708**) и Твери (**0,737**). Если величина **R** лежит в интервале от **0,4** до **0,7**, то корреляция трактуется как средняя по интенсивности. Из таблицы 2 видно, что все остальные значения **R**, кроме четырех перечисленных, лежат в данном интервале. Наконец, если величина **R** оказывается ниже **0,4**, то корреляция характеризуется как слабая. В нашем случае таких величин нет.

Итак, **две рабочие гипотезы подтвердились**. Используя корреляционный анализ, мы установили на достаточно большом числе наблюдений, что:

- *в городах России в 2007–2021 гг. имеет место статистически значимая, средняя либо сильная по величине прямая связь между продолжительностью темного времени суток и среднесуточной величиной телеаудитории;*

- *эта связь различается для разных городов, поскольку колебания продолжительности темного времени суток зависят от географической широты — данная связь менее выражена для городов, расположенных в южной части России, и выражена сильнее для городов, расположенных в северных широтах.*

Второй вывод и данные таблицы 2 привели к еще одной, уточняющей рабочей гипотезе:

- *существует статистически значимая положительная связь между, с одной стороны, географической широтой города и, с другой стороны, коэффициентом Пирсона между процентным объемом общей телеаудитории и продолжительностью темного времени суток этого города.*

Для верификации данного утверждения вновь использовался корреляционный анализ. Вычисление коэффициента Пирсона привело к значению 0,607, что интерпретируется как статистически значимая с вероятностью 99,96%, средняя по интенсивности положительная связь. Другими словами, с повышением географической широты корреляция между объемом телесмотра и длительностью темного времени суток усиливается.

Рисунок 1, на котором изображена диаграмма рассеяния, иллюстрирует полученную дополнительную связь. Изображенные на ней точки означают города, помещенные в систему координат, где по оси абсцисс отложена географическая широта соответствующего города, а по оси ординат — коэффициент Пирсона между средним объемом телеаудитории и средней продолжительностью темного времени суток в данном городе.

Построенный тренд на рисунке 1 (отмечен пунктирной линией) отчетливо демонстрирует результат корреляционного анализа: чем выше географическая широта, тем сильнее связаны между собой средний объем телеаудитории и средняя продолжительность темного времени суток.

Для более наглядного представления описанных связей рассмотрим рисунки 2–3 (см. стр. 25–26). На них представлена динамика ус-

редненных по неделям двух величин – процентного объема общей телеаудитории (сплошная линия) и длительности темного времени суток (пунктирная линия) в Санкт-Петербурге и Владивостоке в 2007–2021 гг.

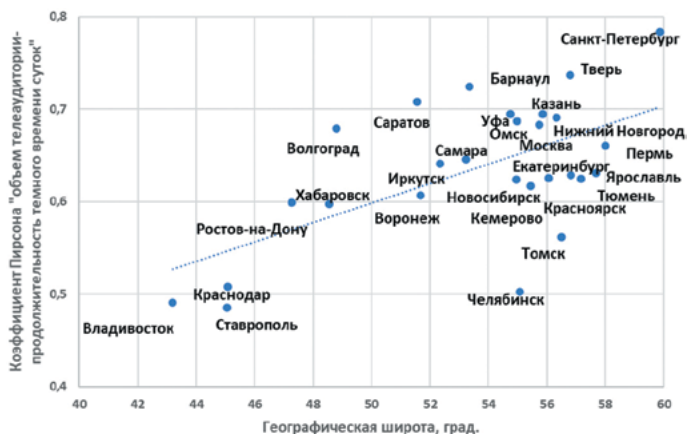


Рис. 1. Расположение российских городов в условном пространстве «Географическая широта – Коэффициент Пирсона между средним объемом телеаудитории и средней продолжительностью темного времени суток». Пунктирная линия отмечает тренд, указывающий на среднюю по силе положительную связь между географической широтой города и силой зависимости средней величины телеаудитории от продолжительности темного времени суток. Чем выше широта, тем сильнее связь средней величины аудитории с длительностью темного времени суток

Fig. 1. Location of Russian cities in the conditional space "Geographic latitude–Pearson correlation between the average TV audience and the average nighttime duration". The dashed line marks the trend indicating a moderately strong positive relationship between the latitude of a city and the dependency of the average TV audience versus nighttime duration. The higher the latitude, the stronger the correlation between the average audience and the duration of nighttime

Рассмотрим рисунок 2. Сплошная линия на нем изображает динамику усредненных за неделю значений объема общей телеаудитории в Санкт-Петербурге с 1 января 2007 года по 14 марта 2021 года. Видны характерные всплески этой переменной, которые традиционно приходятся на неделю, в пределах которой отмечается Новый год. Исключение одно – неделя с 30 марта по 5 апреля 2020 года, когда пик общего объема телеаудитории в Санкт-Петербурге оказался выше новогоднего в том же году. Причина такого всплеска – введение режима самоизоляции в городе во время эпидемии COVID-19, что привело к беспреце-

дентному росту телесмотра. Минимумы этой кривой не привязаны к конкретным датам, но они всегда наблюдаются в летние месяцы, когда россияне уходят в отпуск.

Пунктирная линия на рисунке 2 изображает динамику темного времени суток в Санкт-Петербурге, которую отличает жесткая периодичность с ежегодным максимумом, приходящимся на день зимнего солнцестояния 22 декабря и минимумом, который ежегодно наблюдается в день летнего солнцестояния 22 июня.

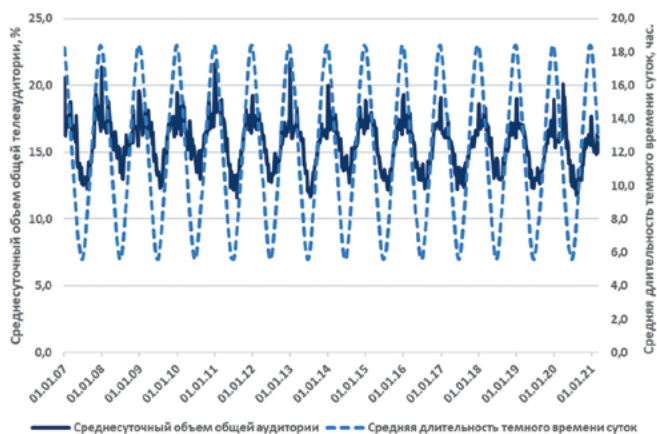


Рис. 2. Динамика усредненных по неделям процентного объема общей телеаудитории (сплошная линия) и длительности темного времени суток (пунктирная линия) в Санкт-Петербурге в 2007–2021 гг.

Fig. 2. Dynamics of the weekly averaged percentage of the total TV audience (solid line) and the nighttime duration (dashed line) in St. Petersburg in 2007–2021

Характер изменения средненедельного объема общей телеаудитории во Владивостоке во многом схож с тем, что мы наблюдали в случае Санкт-Петербурга. Пик аудитории каждый год приходится на неделю, включающую в себя новогодний праздник. Минимумы приходятся на летний период без жесткой привязки к какой-либо дате за исключением «ковидного» времени, где минимум наблюдался на неделе с 16 по 22 ноября 2020 года. В целом владивостокская аудитория колеблется более спонтанно, с менее выраженной регулярностью по сравнению с петербургской, что особенно заметно в последние годы. Отсюда большой разброс значений и менее сильная корреляция с длительностью темного

времени суток. Главное то, что аудитория в обоих городах демонстрирует многолетнюю тенденцию к росту в осенне-зимний период с максимумом на новогодние праздники и тенденцию к спаду — в весенне-летний период с минимумом в летние месяцы. И эти тенденции сохраняются на протяжении многих лет.

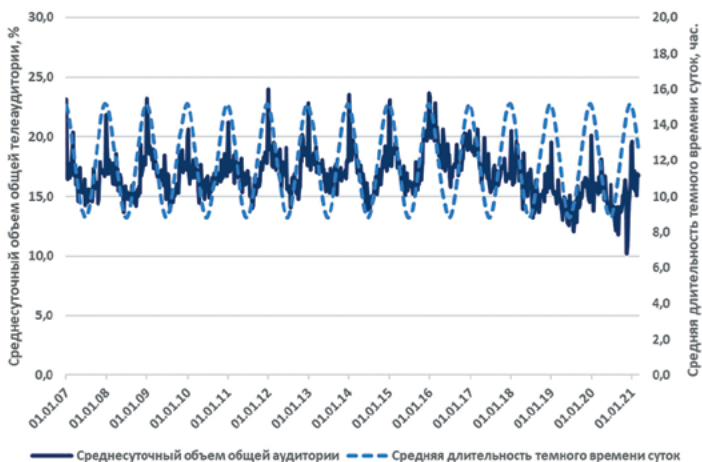


Рис. 3. Динамика усредненных по неделям процентного объема общей телеаудитории (сплошная линия) и длительности темного времени суток (пунктирная линия) во Владивостоке в 2007–2021 гг.

Fig. 3. Dynamics of the weekly averaged percentage of the total TV audience (solid line) and the nighttime duration (dashed line) in Vladivostok in 2007–2021

НОЧЬ КАК ФИКСИРОВАННЫЙ ИНТЕРВАЛ ВРЕМЕНИ СУТОК

Обратимся теперь к другой концепции ночи, которая привязана к конкретному времени независимо от того, какова продолжительность светового дня. Традиционно выделяют четыре времени суток: утро, день, вечер и ночь. Если применить принцип равномерной представленности, то 24 часа, составляющих сутки, следует разделить на 4, и получается, что на каждое время суток приходится по 6 часов. Принято считать, что утро начинается в 6:00, день в 12:00, вечер в 18:00, а ночь — в 0:00. Таким образом, в данной концепции ночь — это время суток с 0:00 до 6:00 утра.

Начнем с того, что рассмотрим, как в течение суток происходит изменение общего объема телеаудитории. На рисунке 4 представлены графики усредненного распределения общего объема телеаудитории по России в городах численностью населения от 100 тысяч человек и более в возрасте от 4 лет и старше в будние дни для 2018-го, 2019-го и 2020-го годов.

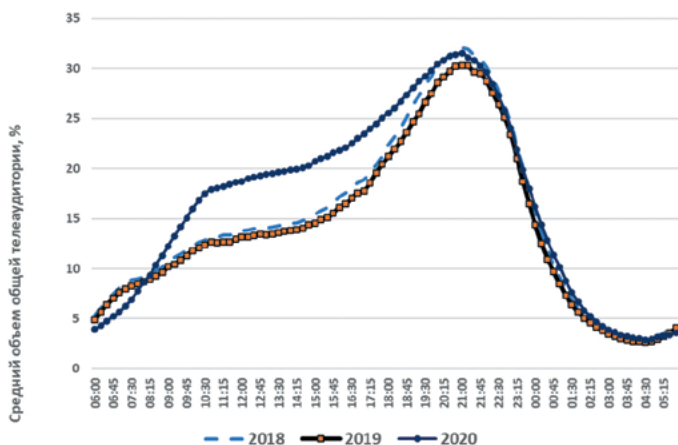


Рис. 4. Распределение общей телевизионной аудитории в течение суток в будние дни среди российского населения, проживающего в городах численностью 100 тыс. чел. и более в возрасте от 4 лет и старше в 2018–2020 гг.

Fig. 4. Distribution of the total television audience during the day on weekdays among the Russian population living in cities of 100 thousand people and more aged 4 and older in 2018–2020

Последний из них проходил под влиянием пандемии COVID-19, что нарушило многие привычные характеристики телесмотра. Отчасти мы видели это выше на примерах Санкт-Петербурга и Владивостока. Оказавшись в условиях самоизоляции, россияне стали больше смотреть телевизор. Из рисунка 4 отчетливо видно, что в 2018 и 2019 годах кривые среднесуточного распределения аудитории по будням были близки друг к другу, а в 2020 году замечен существенный рост телесмотра примерно с 8:00 и до поздних вечерних часов. Однако в ночные часы существенных изменений не обнаружено. Кривая в 2020 году располагается лишь немного выше по отношению к кривым предыдущих двух лет. Обратим внимание на то, что в полночь в среднем общий объем теле-

аудитории составляет около 15%, что лишь вдвое меньше, чем максимальное значение, наблюдаемое в 21:00. Обратим также внимание и на то, что кривая не доходит до нуля — минимальное значение составляет около 3% и приходится на интервал времени от 4:00 до 5:00. Из сказанного вытекает, что ночное телесмотрение по будням в интервале от 0:00 до 6:00 довольно значимо, особенно сразу после полуночи.

Обратимся теперь к рисунку 5, на котором представлены аналогичные графики, но для выходных.

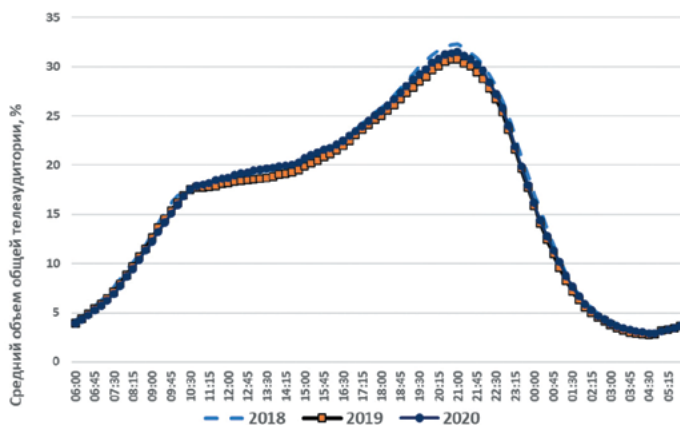


Рис. 5. Распределение общей телевизионной аудитории в течение суток в выходные дни среди российского населения, проживающего в городах численностью 100 тыс. чел. и более в возрасте от 4 лет и старше в 2018–2020 гг.

Fig. 5. Distribution of the total television audience during the day on weekends among the Russian population living in cities of 100 thousand people and more aged 4 and older in 2018–2020

Видно, что, в отличие от будних дней, по выходным картина в течение 2018, 2019 и 2020 годов почти не менялась. Пик величины аудитории, как и в будние дни, приходится на 21:00, но располагается чуть выше. В полночь по выходным величина аудитории немного выше, чем по будням. При этом величина минимума, который так же, как и по будням, приходится на интервал с 4:00 до 5:00. Кривая, полученная в 2020 году для будних дней, близка к кривой выходных, что лишний раз свидетельствует о том, что в режиме самоизоляции поведение телевизионной аудитории по будням и выходным оказалось сходным.

Вкратце, тенденции поведения аудитории телевидения в течение суток таковы.

1. И в будни, и в выходные пик общей телеаудитории лежит в окрестностях 21:00.

2. Минимум общей телеаудитории приходится на ночные часы в интервале с 4:00 до 5:00 как по будням, так и по выходным.

3. В интервале с 22:00 и до 5:00 кривые распределения аудитории во времени по будням и выходным близки друг другу.

4. Наибольшие различия между величиной общей телеаудитории в будние и выходные дни приходится на дневные часы: аудитория по выходным существенно выше.

5. Заметное различие есть и в ранние утренние часы – с 5:00 до 8:00. Здесь, напротив, аудитория выше по будним дням.

6. Во время самоизоляции, вызванной пандемией COVID-19, поведение телеаудитории по будням приблизилось к поведению выходных дней. При этом ночное поведение осталось без изменений.

Отмеченные тенденции повторяются от недели к неделе с некоторыми колебаниями в логике сезонной зависимости, описанной выше. Впрочем, есть и одно яркое исключение из этой регулярности – Новогодняя ночь. Мы обратимся к ней позже. Но если оставить в стороне «новогоднюю аномалию» как особый случай в поведении российской телеаудитории, то легко понять, почему в рамках концепции ночи как темного времени суток мы не стали рассматривать, какие телепередачи собирали наибольшую аудиторию – они будут практически совпадать с картиной в целом, поскольку наибольшая аудитория собирается в основном в прайм-тайм, который в сезонной изменчивости чаще приходится на темное время суток.

Рассмотрим теперь более детально распределение общей аудитории телевидения в России в ночные часы. На рисунке 6 представлены усредненные кривые общего объема телеаудитории в будние и выходные дни в 2020 году в интервале от 0:00 до 6:00 для населения России в возрасте от 4 лет и старше – выборка включала в себя не только городское, но и сельское население.

Видно, что в полночь величина телеаудитории еще довольно велика и составляет по будням в среднем 14,3%, а по выходным 15,5%. Еще одна

важная деталь — величина аудитории никогда не достигает нуля — наименьшее значение наблюдается в 4:30 и составляет 3,1%.⁴

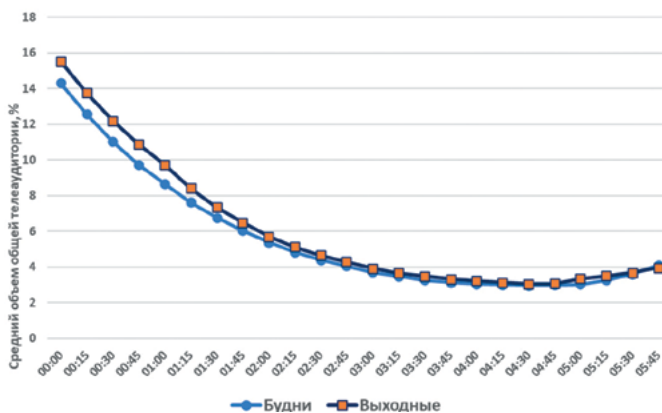


Рис. 6. Усредненная за 2020 год динамика объема общей телеаудитории (по всем телеканалам, вместе взятым) в интервале времени с 0:00 до 6:00 по будним и выходным дням в России в возрасте от 4 лет и старше

Fig. 6. Dynamics of the total TV audience aged 4 and older averaged for 2020 (across all TV channels combined) in the time interval from 0:00 to 6:00 on weekdays and weekends in Russia

Таблица 3 дает представление о показателях общего телесмотрения (без привязки к конкретным каналам) в 2020 году в России по всей стране, включая сельское население, в возрасте от 4 лет и старше. Рассматриваются три опции: в среднем за сутки, ночью и в интервале времени с 6:00 до полуночи. Видно, что ночью у телеэкранов в каждый момент собиралось в среднем 5,8% обследуемого населения или в абсолютных значениях 4,1 млн чел. Показатель «охват общей телеаудитории» определяется, как количество людей, которые посмотрели телевизор хотя бы одну минуту в указанном интервале времени. Видно, что ночью таких людей более трети от общей численности рассматриваемого населения — огромная величина! Среднее время ночного телесмотрения относительно всей выборки составило 21 минуту. Однако не все каждый день смотрят телевизор,

⁴ В связи с этим в сообществе исследователей аудитории родились два шуточных «закона телеаудитории». Закон 1: аудитория телевидения никогда не обращается в ноль, потому что у любой передачи всегда есть хотя бы один зритель (ее автор). Закон 2: аудитория телевидения никогда не равна 100%, потому что всегда находится хотя бы один не-зритель (человек, который занимается делом и телевизор не смотрит).

а среди тех, кто смотрел, эта величина равнялась 79 мин. или 1 час 19 мин. Таким образом, можно утверждать, что ночное телесмотрение в России происходит достаточно активно — в каждый момент ночного времени у телеэкрана собираются миллионы зрителей.

Таблица 3
Table 3

Показатели общего телесмотрения в 2020 г. в России в возрасте от 4 лет и старше
Overall TV viewing in Russia in 2020 for citizens aged 4 and older

| | Сутки / 24-hour day | Ночь / Night 00:00–6:00 | Интервал / Interval 6:00–0:00 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| Средний объем общей телеаудитории, % <i>Average total TV audience, %</i> | 15,2 | 5,8 | 18,4 |
| Средний объем общей телеаудитории, млн чел. <i>Average total TV audience, million people</i> | 10,8 | 4,1 | 13,0 |
| Средний охват общей телеаудитории, % <i>Average TV audience reach, %</i> | 65,4 | 27,1 | 64,3 |
| Средний охват общей телеаудитории, млн чел. <i>Average TV audience reach, million people</i> | 46,3 | 19,2 | 45,5 |
| Среднее время телесмотрения (по выборке), мин. <i>Average time of TV viewing (per sampling), minutes</i> | 219 | 21 | 199 |
| Среднее время телесмотрения (среди смотревших ТВ), мин. <i>Average time of TV viewing (among actual TV viewers), minutes</i> | 352 | 79 | 325 |

Источник: Медиаскоп

Source: Mediascope

Кто смотрит телевизор ночью? Таблица 4 дает представление о демографической структуре российской телеаудитории в заданных возрастных границах по трем основаниям: пол, возрастные группы и уровень образования. Как и в предыдущем случае, использованы три опции: в среднем за сутки, ночью и в интервале времени с 6:00 до полуночи. В пределах каждого основания дается процентное распределение по выделенным категориям. За 100% берется средний объем телеаудитории в течение 2020 года по всей выборке, соответственно, за сутки, в интервале 0:00–6:00 и в интервале 6:00–0:00.

Из таблицы 4 видно, что и в целом за сутки, и ночью, и в интервале 6:00–0:00 в структуре телеаудитории преобладают женщины, зрители в возрасте от 60 до 69 лет включительно, лица, имеющие среднее образование. Ночью происходит некоторое изменение пропорций – немного растёт процент мужчин, число зрителей в возрасте от 20 до 59 лет включительно, а также зрителей со средним и высшим образованием. При этом уменьшается процент женщин, детей, пожилых людей от 70 лет и старше, а также лиц с образованием ниже среднего.

Здесь будет нелишним заметить, что смещение телеаудитории в старший возраст [17] влечет за собой и женское смещение, поскольку в общей структуре населения России с увеличением возраста увеличивается доля женщин. Так, по данным Росстата на 1 января 2021 года в России наблюдалось следующее распределение мужчин и женщин в пятилетних возрастных когортах от 40 лет [35]:

40–44: мужчины – 48,5%, женщины – 51,5%;

45–49: мужчины – 47,6%, женщины – 52,4%;

50–54: мужчины – 46,8%, женщины – 53,2%;

55–59: мужчины – 44,8%, женщины – 55,2%;

60–64: мужчины – 42,2%, женщины – 57,8%;

65–69: мужчины – 38,4%, женщины – 61,6%;

70+: мужчины – 30,5%, женщины – 69,5%.

Как видно из таблицы 4, наибольшее число телезрителей находится в возрасте от 50 до 70 лет. А в этих границах процент женщин в пятилетних когортах, согласно данным Росстата, варьируется от 53,2% до 62,9%, что хорошо соотносится с гендерной структурой российской телеаудитории.

Таблица 4
Table 4

**Демографическое распределение телеаудитории в 2020 г. в России
в возрасте от 4 лет и старше**

Demographic distribution of Russian TV audience aged 4 and older in 2020

| | Сутки / 24-hour day | Ночь / Night 0:00–6:00 | Интервал / Interval 6:00–0:00 |
|-----------------------------|---------------------------|------------------------------|-------------------------------------|
| По полу / <i>By gender:</i> | | | |
| Мужчины / <i>Men</i> | 41,1% | 44,4% | 40,9% |
| Женщины / <i>Women</i> | 58,9% | 55,6% | 59,1% |

| | | | |
|--------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| По возрастным группам / <i>By age:</i> | | | |
| от 4 до 9 лет включительно <i>from 4 up to 9 years old</i> | 4,4% | 2,4% | 4,5% |
| от 10 до 19 лет включительно <i>from 10 up to 19 years old</i> | 4,1% | 3,1% | 4,1% |
| от 20 до 29 лет включительно <i>from 20 up to 29 years old</i> | 5,1% | 5,8% | 5,1% |
| от 30 до 39 лет включительно <i>from 30 up to 39 years old</i> | 13,8% | 14,8% | 13,8% |
| от 40 до 49 лет включительно <i>from 40 up to 49 years old</i> | 14,6% | 16,3% | 14,5% |
| от 50 до 59 лет включительно <i>from 50 up to 59 years old</i> | 18,5% | 20,3% | 18,4% |
| от 60 до 69 лет включительно <i>from 60 up to 69 years old</i> | 24,4% | 24,5% | 24,4% |
| от 70 лет и старше <i>from 70 years old and older</i> | 15,1% | 12,8% | 15,3% |
| По уровню образования: <i>By education level:</i> | | | |
| образование ниже среднего <i>lower than secondary education</i> | 11,4% | 7,9% | 11,7% |
| среднее образование <i>secondary education</i> | 63,9% | 66,3% | 63,7% |
| высшее образование <i>higher education</i> | 24,7% | 25,8% | 24,6% |

Источник: Медиаскоп. За 100% берется среднее время телесмотрения в течение 2020 года по всей выборке, соответственно, за сутки, в интервале 0:00–6:00 и в интервале 6:00–0:00

Source: *Mediascope. The average TV viewing time during 2020 for the entire sampling is taken as 100%, respectively, per 24 hours, between 0:00 and 6:00 and between 6:00 and 0:00*

Какие телеканалы ночные зрители чаще выбирают для просмотра? Ответ на этот вопрос содержится в таблице 5, где приведены долевые показатели аудитории для первой десятки каналов в среднем за сутки, в ночные часы и в интервале 6:00–0:00. Как и в предыдущие годы, в 2020 году в среднем за сутки самую большую аудиторию собирала «большая тройка» каналов – «Россия 1», «Первый канал», и «НТВ». По итогам 2020 года конкурентную гонку выиграл телеканал «Россия 1» (11,7%). Вторую позицию занял «Первый канал» (10,2%), третью – «НТВ» (9,7%). В ночные часы лидерство сохранилось за каналом «Россия 1» (13,4%), а на вторую строчку вместо «Первого канала» попал «Пятый канал» (9,4%). «Первый канал»

оказался лишь на пятом месте (5,9%). В интервале с шести часов утра до полуночи вновь на первой позиции мы видим канал «Россия 1» (11,5%), на втором месте – «Первый канал» (10,6%), на третьем – «НТВ».

Таблица 5
Table 5

Доля аудитории (в %)⁵ ведущих телеканалов в 2020 г. в России в возрасте от 4 лет и старше

Audience shares (%)⁶ of major Russian TV channels in 2020 for citizens aged 4 and older

| | | Сутки / 24- hour day | | | Ночь / Night 00:00– 06:00 | | | Интервал / Interval 06:00– 24:00 |
|---|--------------------------------------|-------------------------------|---|--------------------------------------|------------------------------------|---|--------------------------------------|-------------------------------------------|
| 1 | Россия 1 / <i>Russia 1</i> | 11,7 | 1 | Россия 1 / <i>Russia 1</i> | 13,4 | 1 | Россия 1 / <i>Russia 1</i> | 11,5 |
| 2 | Первый канал / <i>Channel One</i> | 10,2 | 2 | Пятый канал / <i>5TV</i> | 9,4 | 2 | Первый канал / <i>Channel One</i> | 10,6 |
| 3 | НТВ / <i>NTV</i> | 9,7 | 3 | НТВ / <i>NTV</i> | 6,5 | 3 | НТВ / <i>NTV</i> | 10,1 |
| 4 | Пятый канал / <i>5TV</i> | 6,4 | 4 | Рен ТВ / <i>REN TV</i> | 6,4 | 4 | Пятый канал / <i>5TV</i> | 6,1 |
| 5 | Рен ТВ / <i>REN TV</i> | 5,6 | 5 | Первый канал / <i>Channel One</i> | 5,9 | 5 | Рен ТВ / <i>REN TV</i> | 5,5 |
| 6 | СТС / <i>STS</i> | 5,3 | 6 | СТС / <i>STS</i> | 5,8 | 6 | СТС / <i>STS</i> | 5,2 |
| 7 | Домашний / <i>Domashny</i> | 4,9 | 7 | ТНТ / <i>TNT</i> | 4,7 | 7 | Домашний / <i>Domashny</i> | 5,0 |
| 8 | Карусель / <i>Carousel</i> | 4,2 | 8 | Домашний / <i>Domashny</i> | 4,3 | 8 | Карусель / <i>Carousel</i> | 4,5 |

⁵ Доля аудитории телеканала (или телепередачи) – показатель конкурентоспособности. Рассчитывается как процентная величина аудитории канала (или телепередачи) относительно всех телезрителей, реально смотревших телевизор совокупно по всем телеканалам в тот же промежуток времени. Например, доля канала «Россия 1» в ночные часы, равная 13,4%, означает, что в интервале 0:00–6:00 в среднем среди тех россиян, кто находился у телеэкрана в эти часы, 13,4% смотрели канал «Россия 1».

⁶ *Share of the audience of a TV channel (or a TV show) is an indicator of competitiveness. It is calculated as the percentage of the audience of the channel (or TV show) in relation to all viewers who actually watched TV cumulatively on all channels in the same time interval. For example, the 13.4% share of Russia 1 channel at night means that in the interval 0:00-6:00, on average, among those Russian citizens who have been watching TV at those hours, 13.4% watched Russia 1.*

| | | | | | | | | |
|----|-------------|-----|----|-----------------------|-----|----|-------------|-----|
| 9 | ТНТ / TNT | 4,0 | 9 | Россия 24 / Russia 24 | 3,4 | 9 | ТНТ / TNT | 4,0 |
| 10 | ТВ-3 / TV-3 | 3,7 | 10 | ТВ Центр / TV Center | 3,2 | 10 | ТВ-3 / TV-3 | 3,7 |

Источник: Медиаскоп

Source: Mediascope

Какие телепередачи собирали в 2020 году наибольшую аудиторию в России в ночные часы? Анализируя таблицу 5, логично предположить, что с большой вероятностью наибольшую аудиторию ночью собирали передачи на таких телеканалах, как «Россия 1», «Пятый канал», «НТВ», «Рен ТВ», «Первый канал», «СТС» и «ТНТ». Ответ на поставленный вопрос содержится в таблице 6, где приведена десятка выпусков передач, собравших наибольшую аудиторию в ночные часы в 2020 году в России..

Таблица 6
Table 6

Десять выпусков телепередач, собравших наибольшую аудиторию в ночные часы (интервал 0:00–6:00) в 2020 г. в России в возрасте от 4 лет и старше

Ten Russian shows with the largest nighttime (0:00–6:00) audiences aged 4 and older in 2020

| | Название / Title | Канал / Channel | Дата / Date | Время выхода / Air time | Рейтинг / Rating, % | Доля аудитории / Audience shares, % |
|---|---------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------|-------------------------|---------------------|-------------------------------------|
| 1 | Новогодняя ночь на Первом / New Year's Eve on Channel One | Первый канал / Channel One | 01.01.2020 | 0:04 | 9,1 | 26,5 |
| 2 | «Голубой огонек на Шаболовке» / Goluboy ogonyok [Little Blue Light] | Россия 1 / Russia 1 | 01.01.2020 | 0:04 | 6,2 | 24,2 |
| 3 | «Другие», телесериал / Drugie [Others], TV series | Россия 1 / Russia 1 | 03.01.2020 | 0:12 | 3,7 | 23,5 |
| 4 | Бой кремлевских курантов / The Kremlin Clock Chime | Россия 1 / Russia 1 | 14.01.2020 | 0:00 | 3,5 | 19,1 |
| 5 | «Испытание», телесериал / Ispytanie [Ordeal], TV series | Россия 1 / Russia 1 | 24.07.2020 | 0:09 | 3,3 | 27,2 |
| 6 | «Лабиринты», телесериал / Labirinty [Labyrinths], TV series | Россия 1 / Russia 1 | 21.08.2020 | 0:51 | 2,6 | 29,2 |

| | | | | | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|------|-----|------|
| 7 | «Испытание», телесериал / <i>Ispytanie [Ordeal], TV series</i> | Россия 1 / <i>Russia 1</i> | 22.07.2020 | 0:07 | 2,6 | 21,9 |
| 8 | «Осиное гнездо», телесериал / <i>Osinoe gnezdo [Wasps' Nest], TV series</i> | Россия 1 / <i>Russia 1</i> | 14.08.2020 | 1:23 | 2,6 | 30,7 |
| 9 | «Уральские пельмени» / <i>Ural'skie Pel'meni Entertainment Show</i> | СТС / <i>STS</i> | 01.01.2020 | 0:37 | 2,4 | 7,7 |
| 10 | Большой Новогодний концерт / <i>The Big New Year Concert</i> | Первый канал / <i>Channel One</i> | 01.01.2020 | 1:57 | 2,4 | 13,3 |

Источник: Медиаскоп

Source: Mediascope

Из таблицы 6 видно, что наибольшая аудитория собирается в Новогоднюю ночь – в первые минуты после боя кремлевских курантов все каналы, жестко конкурируя друг с другом, предлагают концерты с популярными исполнителями и другие передачи развлекательного характера. 1 января 2020 года лидером стала «Новогодняя ночь на Первом» (рейтинг 9,1%, доля аудитории 26,5%). Второе место занял «Голубой огонек на Шаболовке» – передача на канале «Россия 1» (рейтинг 6,2%, доля аудитории 24,2%). Вместе эти две передачи собрали более половины всей аудитории (суммарная доля аудитории двух каналов составила более 50%), при том, что почти на всей территории России зрители принимают 20 бесплатных федеральных каналов (по 10 в двух цифровых мультиплексах), а некоторые зрители больше, поскольку в ряде регионов запущены третьи бесплатные мультиплексы. Часть зрителей смотрят платные каналы, предлагающие до нескольких сотен телеканалов. Следовательно, среднеожидаемая доля каждого телеканала составляет менее 5%. Но более половины зрителей смотрят традиционно новогодние концерты на «Первом канале» и «России 1».

Кроме перечисленных двух программ в первой десятке находим еще три новогодних выпуска 1 января 2020 года: «Бой кремлевских курантов» на канале «Россия 1» в 0:00, новогодний проект «Уральские пельмени» на канале СТС в 0:37 и «Большой Новогодний концерт» на «Первом канале» в 1:57. Пять остальных позиций в первой десятке занимают выходы телесериалов на канале «Россия 1», среди которых: «Другие» (3 января в 0:12), «Испытание» (22 июля в 0:07 и 24 июля в 0:09), «Лабиринты» (21 августа в 0:51) и «Осиное гнездо» (14 августа в 1:23).

Сравним данные из таблицы 6 с десяткой программ, собравших наибольшую аудиторию в 2020 году за все время, – они представлены в таблице 7.

Видно, что картина существенно отличается. Лидирует новогоднее поздравление Президента Российской Федерации В.В. Путина на «Первом канале», средняя за минуту аудитория которого составила 17,34 млн чел. (с долей аудитории 26,5%, т.е. чуть больше четверти всех тех, кто смотрел телевизор в это время). Именно это поздравление и именно на «Первом канале» собирает из года в год наибольшую аудиторию. На четвертом месте находим ту же трансляцию, но уже на канале «Россия 1», которую в среднем за минуту посмотрели 12,44 млн чел. А на третьем месте расположился лидер таблицы 6 – трансляция «Новогодняя ночь на Первом».

Таблица 7
Table 7

Десять выпусков программ, собравших наибольшую аудиторию на ведущих телеканалах в 2020 г. в России в возрасте от 4 лет и старше

Ten Russian shows with the largest audiences aged 4 and older on the major TV channels in 2020

| | Название / Title | Канал / Channel | Дата / Date | Время выхода / Air time | Рейтинг / Rating, % | Доля аудитории / Audience shares, % |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------|-------------------------------|------------------------|----------------------------------------------|
| 1 | Новогоднее поздравление Президента РФ В.В. Путина / New Year Address by the President of Russia V. Putin | Первый канал / Channel One | 31.12.2020 | 23:53 | 12,7 | 28,1 |
| 2 | Военный парад, посвященный 75-й годовщине победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг. / Military parade dedicated to the 75th anniversary of the victory in the Great Patriotic War of 1941–1945 | Первый канал / Channel One | 24.06.2020 | 10:00 | 11,0 | 40,0 |
| 3 | Новогодняя ночь на Первом / New Year's Eve on Channel One | Первый канал / Channel One | 01.01.2020 | 0:04 | 9,1 | 26,5 |
| 4 | Новогоднее поздравление Президента РФ В.В. Путина / New Year Address by the President of Russia V. Putin | Россия 1 / Russia 1 | 31.12.2020 | 23:53 | 9,1 | 20,1 |

| | | | | | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------|-------|-----|------|
| 5 | «Маска»/ <i>Maska [The Masked Singer]</i> | НТВ / NTV | 26.04.2020 | 20:06 | 8,9 | 24,8 |
| 6 | Парад Победы, праздничный канал / <i>Victory Parade, festive channel</i> | Первый канал / <i>Channel One</i> | 24.06.2020 | 11:16 | 8,6 | 35,4 |
| 7 | «Одесский пароход», х/ф / <i>Odesskiy parokhod [Odessa Steamer], film</i> | Россия 1 / <i>Russia 1</i> | 01.01.2020 | 18:34 | 8,3 | 23,9 |
| 8 | Новости / <i>News</i> | Первый канал / <i>Channel One</i> | 09.05.2020 | 10:28 | 8,2 | 32,6 |
| 9 | Авиационный парад, посвященный 75-й годовщине победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг. / <i>Aviation parade dedicated to the 75th anniversary of the victory in the Great Patriotic War of 1941–1945</i> | Первый канал / <i>Channel One</i> | 09.05.2020 | 10:20 | 8,1 | 31,3 |
| 10 | «Холоп», х/ф / <i>Serf, film</i> | Россия 1 / <i>Russia 1</i> | 04.11.2020 | 21:29 | 7,9 | 26,2 |

Источник: Медиаскоп

Source: Mediascope

В десятке лидеров находим четыре выпуска, связанные с празднованием 75-й годовщины победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг. — все на «Первом канале». В 2020 году из-за коронавирусной пандемии традиционный парад 9 мая был перенесен на 24 июня — в этот день в 1945 году проходил исторически первый парад в честь победы над нацистской Германией. Трансляция парада 24 июня 2020 года стала второй по величине аудитории передачей в 2020 году, средняя за минуту аудитория которой составила 15,03 млн чел. «Первый канал» продолжил освещение праздничных событий после трансляции парада, и эта передача также оказалась привлекательной для аудитории, собрав 11,7 млн чел. В десятке лидеров мы обнаруживаем две передачи «Первого канала», вышедшие в День Победы 9 мая 2020 года, — «Авиационный парад, посвященный 75-й годовщине победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.» в 10:00 и выпуск новостей, последовавший за авиационным парадом в 10:28.

В десятку лидеров также вошли: программа «Маска», вышедшая на канале «НТВ» 26 апреля в 20:06 (средняя величина аудитории 12,08 млн чел.), и два художественных фильма на канале «Россия 1» —

«Одесский пароход» 1 января в 18:34 (11,29 млн чел.) и «Холоп» 4 ноября в 21:29 (10,82 млн чел.).

Сравнивая содержание таблиц 6 и 7, приходим к следующим заключениям:

1. В 2020 году наибольшая аудитория собиралась в Новогоднюю ночь на «Первом канале». Абсолютный максимум пришелся на «Новогоднее поздравление Президента Российской Федерации В.В. Путина» 31 декабря 2020 года в 23:53. Среди передач, выходявших в эфир в интервале 0:00–6:00, наибольшую величину аудитории обнаружила «Новогодняя ночь на Первом» 1 января в 0:04.
2. В целом в 2020 году, кроме новогодних программ, большую аудиторию собрали трансляции военных парадов, посвященных 75-й годовщине победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг., которые проходили дважды — 9 мая и 24 июня, а также программы, следовавшие за ними. Все они транслировались на «Первом канале».
3. Помимо перечисленных, в десятку лидеров вошли также программа «Маска» (телеканал «НТВ») и два художественных фильма на канале «Россия 1».
4. В ночном эфире наибольшую аудиторию, не считая новогодних трансляций, собрали телесериалы на канале «Россия 1».

ТЕЛЕСМОТРЕНИЕ В НОВОГОДНЮЮ НОЧЬ

В заключение остановимся на явлении «новогодней аномалии» — телесмотрении в Новогоднюю ночь. В России, в контексте ночных просмотров, как мы видели, оно занимает особое место. Новогодняя аномалия наблюдается далеко не во всех странах мира. Она связана с традициями, родившимися в СССР, и в настоящее время имеет место лишь на постсоветском пространстве. Слово «ночь» здесь мы будем понимать расширительно — как время вокруг наступления Нового года, примерно за 6–7 часов до и в течение 6–7 часов после.

В чем, собственно, состоит явление новогодней аномалии? Ответ на этот содержится на рисунке 7. На нем изображены три графика изменения объема общей телеаудитории (по всем каналам, вместе взятые) — один представлен пунктирной линией, два других — сплошными

линиями, причем каждый из графиков имеет три цикла. Пунктирный график изображает динамику данного показателя в течение трех суток — с 5:00 утра 30 декабря 2020 года до 5:00 утра 2 января 2021 года. График, изображенный с помощью верхней сплошной линии, изображает динамику объема общей телеаудитории с 5:00 утра 30 декабря 2019 года до 5:00 утра 2 января 2020 года. Нижний сплошной график изображает усредненную за 2020 год динамику общей телеаудитории: первый цикл — среднее распределение для будних дней, второй и третий циклы — среднее распределение для праздничных дней.

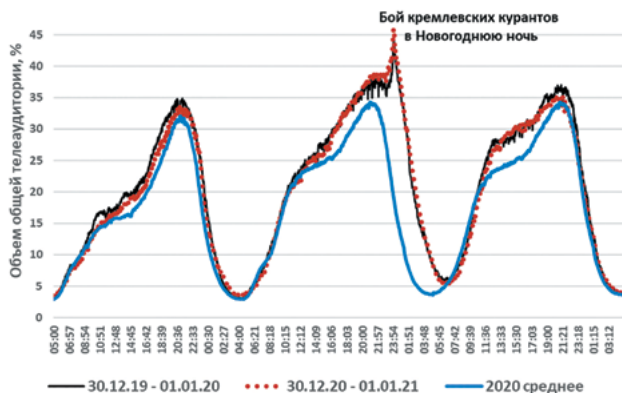


Рис. 7. Изображены три графика. Первый пунктирный — динамика объема общей телеаудитории (по всем телеканалам, вместе взятым) за период с 5:00 утра 30 декабря 2020 года до 5:00 утра 2 января 2021 года; второй (верхняя сплошная линия) — за период с 5:00 утра 30 декабря 2019 года до 5:00 утра 2 января 2020 года; третья (нижняя сплошная линия) — усредненные за 2020 год значения объема общей телеаудитории по будням (первый цикл) и праздничным дням (второй и третий циклы).

Генеральная совокупность — население России в возрасте от 4 лет и старше.

Данные компании «Медиаскоп»

Fig. 7. Three graphs are shown. The first dashed line is the dynamics of the total TV audience (across all TV channels combined) for the period from 5:00 a.m. on December 30, 2020 to 5:00 a.m. on January 2, 2021; the second (upper solid) line—for the period from 5:00 a.m. on December 30, 2019 to 5:00 a.m. on January 2, 2020; the third (bottom solid) line are the total TV audiences averaged for 2020 on weekdays (first cycle) and holidays (second and third cycles).

The general population is the population of Russia aged 4 and older.

Data provided by Mediascope

Из рисунка 7 видно, что новогодний период в России в 2019–2020 гг. и в 2020–2021 гг. имеет сходные тенденции. 30 декабря динамика общей телеаудитории сходна с небольшими вариациями и близка к средней за

год ривой, несколько превышая ее, что отражает сезонную цикличность (вспомним, что зимой традиционно наблюдается увеличение объема телеаудитории). 31 декабря до середины дня кривые почти совпадают, а со второй половины дня наблюдается существенное отклонение новогоднего поведения аудитории от среднегодового. За исключением Новогодней ночи пик телесмотрения приходится примерно на 21:00 как по будням, так и по выходным. В Новогоднюю ночь пик телесмотрения смещается к полуночи с максимальным значением, приходящимся на бой Кремлевских курантов. Обратим внимание на то, что при встрече 2021 года этот максимум был выше, чем в предыдущем году: в полночь 1 января 2020 года он равнялся 44,1%, а в полночь 1 января 2021 года — 46,0%. Предположительно, причиной тому стала эпидемия COVID-19 — многие россияне предпочли остаться дома и встретить Новый год у телевизора. Обратим также внимание, что таковых менее половины — большее количество россиян не смотрели телевизор в момент боя Кремлевских курантов 1 января как 2020 года, так и 2021 года. После полуночи, 1 января происходит снижение величины общей телеаудитории, напоминающее по характеру традиционный плавный ночной спад, но со сдвигом примерно в три часа. Другими словами, если в среднем за год к полуночи объем общей телеаудитории по выходным составлял около 20%, то такое же значение в Новогоднюю ночь наблюдалось лишь к 1:30. С 7:00 до 11:00 утра динамика общего объема телеаудитории на некоторое время вернулась к среднестатистическому распределению, но в интервале 11:00–22:00 вновь наблюдается заметное превышение величины аудитории по сравнению со среднегодовыми значениями. С 22:00 все три кривые фактически совпадают.

Таблица 8 дает представление о том, какие конкретно передачи собрали наибольшую аудиторию в период с 17:30 31 декабря 2020 года до 6:00 утра 1 января 2021 года. В представленной десятке наиболее рейтинговых выпусков находим два ранее упоминавшихся новогодних обращения Президента РФ В.В. Путина 31 декабря 2020 г. в 23:53 на «Первом канале» и телеканале «Россия 1», к которым добавилась та же трансляция на канале «НТВ». Кроме того, в список вошли две концертные программы — «Новогодняя ночь на Первом» 1 января 2021 г. в 0:04 и «Новогодний парад звезд» на телеканале «Россия 1» 31 декабря 2020 г., а также три всенародно любимых советских кинофильма, вышедших в эфир 31 декабря 2020 г. — «Иван Васильевич меняет профессию» на телеканале «Россия 1» в 20:45, «Любовь и голуби» на «Первом канале» в 17:31

и «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика» на телеканале «Россия 1» в 19:22. Наконец, в список вошли два фрагмента шоу «Новогодняя маска» на телеканале «НТВ» – 31 декабря 2020 г. в 20:30 и 1 января 2021 г. в 0:04.

Таблица 8
Table 8

Десять выпусков программ, собравших в России наибольшую аудиторию на ведущих телеканалах в интервале с 17:30 31 декабря 2020 г. до 6:00 1 января 2021 г. (возраст от 4 лет и старше)

Ten Russian shows with the largest audiences (aged 4 and older) on major TV channels in the interval from 17:30 on December 31, 2020 to 6:00

on January 1, 2021

| | Название / Title | Канал / Channel | Дата / Date | Время выхода / Air time | Рейтинг / Rating, % | Доля аудитории / Audience shares, % |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------|-------------------------------|------------------------|----------------------------------------------|
| 1 | Новогоднее поздравление Президента РФ В.В. Путина / New Year Address by the President of Russia V. Putin | Первый канал / Channel One | 31.12.20 | 23:53 | 12,7 | 28,1 |
| 2 | Новогодняя ночь на Первом / New Year's Eve on Channel One | Первый канал / Channel One | 01.01.21 | 0:04 | 10,4 | 26,2 |
| 3 | Новогоднее поздравление Президента РФ В.В. Путина / New Year Address by the President of Russia V. Putin | Россия 1 / Russia 1 | 31.12.20 | 23:53 | 9,1 | 20,1 |
| 4 | «Иван Васильевич меняет профессию», х/ф / Ivan Vasil'evich menyaet professiyu [Ivan Vasilievich Changes Profession], film | Россия 1 / Russia 1 | 31.12.20 | 20:45 | 7,7 | 20,1 |
| 5 | Новогоднее поздравление Президента РФ В.В. Путина / New Year Address by the President of Russia V. Putin | НТВ / NTV | 31.12.20 | 23:53 | 7,4 | 16,3 |
| 6 | Новогодний парад звезд / New Year's parade of stars | Россия 1 / Russia 1 | 31.12.20 | 22:23 | 6,7 | 17,0 |
| 7 | «Новогодняя маска» / Novogodnyaya Maska [The Masked Singer – New Year] | НТВ / NTV | 01.01.21 | 0:04 | 6,7 | 16,8 |

| | | | | | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|----------|-------|-----|------|
| 8 | «Любовь и голуби», х/ф. / <i>Lyubov' i golubi [Love and Pigeons], film</i> | Первый канал / <i>Channel One</i> | 31.12.20 | 17:31 | 6,6 | 19,8 |
| 9 | «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика», х/ф. / <i>Kavkazskaya plennitsa, ili Novye priklyucheniya Shurika [Kidnapping, Caucasian Style], film</i> | Россия 1 / <i>Russia 1</i> | 31.12.20 | 19:22 | 6,5 | 17,7 |
| 10 | «Новогодняя маска» / <i>Novogodnyaya Maska [The Masked Singer—New Year]</i> | НТВ / <i>NTV</i> | 31.12.20 | 20:30 | 6,2 | 16,0 |

Источник: Медиаскоп

Source: *Mediascope*

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, было исследовано сравнительно новое для России явление — ночное телесмотрение. Оно возникло в нашей стране лишь в XXI веке, если не считать отдельные события, прежде всего, связанные с традицией советского телевидения организовывать праздничные новогодние трансляции. На ежедневное круглосуточное вещание ведущие отечественные телеканалы перешли лишь в 2011 году.

Мы рассмотрели две концепции ночи, первая из которых опирается на понимание ночи как темного времени суток, а вторая — как на фиксированный отрезок времени с 0:00 до 6:00. В рамках первой концепции открываются закономерности поведения общей телевизионной аудитории, главная из которых — достаточно высокая корреляция между средним временем телепросмотров и продолжительностью темного времени суток. Разработка этой идеи приводит к выводу о необходимом различии в продолжительности телесмотрения в разных географических точках. Этот вывод был проверен на данных аудитории 27 российских городов, и мы убедились, что на севере и на юге телесмотрение происходит по-разному. Во время сезона «белых ночей» в северных широтах аудитория телевидения заметно ниже, чем аудитория в южных городах в те же самые дни. И напротив, в сезон, когда длина светового дня минимальна, северяне

заметно больше времени проводят у телевизора, чем жители южных широт, где световой день длится дольше.

Ночное телесмотрение в интервале 0:00–6:00 в России имеет следующие черты. Во-первых, людей, которые хотя бы на минуту задерживаются у телеэкрана, насчитывается довольно много — в 2020 году это число составляло более четверти от генеральной совокупности. При этом те, кто смотрел телевизор ночью, проводили у телеэкрана более часа. Ни в один момент времени величина аудитории не доходила до нуля. Зафиксированный в 2020 году минимум составил около 3% — он наблюдался примерно в 4:30 ночи. В полночь у телеэкрана собирается довольно много зрителей — счет идет на миллионы человек. В среднем за 2020 год эта величина составляла в процентах около 14% по будням и около 16% по выходным.

Типичный портрет ночного телезрителя в России — женщина пожилого возраста со средним образованием. Ночью в структуре телеаудитории немного возрастает процент мужчин, зрителей в возрасте от 20 до 59 лет, а также процент лиц со средним образованием. При этом снижается процент женщин, детей и пожилых людей от 70 лет и старше, а также лиц с образованием ниже среднего.

В 2020 году ночные зрители России чаще всего обращались к каналу «Россия 1» (доля аудитории 13,4%). На втором месте был «Пятый канал» (9,4%), на третьем — «НТВ» (6,5%). Среди программ, транслировавшихся в ночные часы (0:00–6:00), наибольшую аудиторию за 2020 год собрали новогодние шоу: «Новогодняя ночь на Первом» (рейтинг 9,1%), «Голубой огонек на Шаболовке» на канале «Россия 1» (6,2%) и телесериал «Другие» на канале «Россия 1» (3,7%).

Особую роль в отечественной телевизионной культуре играет Новогодняя ночь. Традиция встречать Новый год в кругу семьи при включенном телевизоре восходит к советскому времени. Если выйти за рамки интервала 0:00–6:00, а рассмотреть также период с 18:00 31 декабря до наступления Нового года, то наблюдается явление, получившее название «новогодней аномалии». Его суть состоит в том, что в отличие от других дней, когда суточный пик аудитории приходится на время в окрестностях 21:00, в Новогоднюю ночь аудитория продолжает расти до полуночи — пик приходится на 0:00 1 января. И этот пик является годовым максимумом телеаудитории в России. Отсюда понятно, что самую большую аудиторию в годовом измерении собирает

трансляция Новогоднего поздравления Президента России, которая обычно начинается за несколько минут до боя кремлевских курантов, символизирующих наступление Нового года. В 2020 году этот максимум рейтинга составил 12,7% на «Первом канале».

И последнее. Представленные выше результаты могут показаться не слишком актуальными, поскольку все чаще раздаются голоса о том, что телевидение ждет участь печатных СМИ – безнадежное устаревание и уход в небытие. Однако о скорой смерти газет и журналов говорят последние сто лет, с момента появления радиовещания, но они почему-то все еще живы. Правда состоит в том, что в современной социокультурной ситуации мы сталкиваемся с необходимостью пересмотра многих положений, касающихся телевидения. Все чаще молодежь предпочитает онлайн-формы просмотра видеоматериалов, а классическая аудитория, приверженная прямому эфирному телесмотрению, с каждым годом все больше стареет. Адаптируясь к такому поведению молодежи, многие телеканалы, особенно те, что понесли потери от перехода на цифровое вещание, стали активнее осваивать интернет-формы, организуя синхронные онлайн-трансляции и выкладывая на сайты и в социальные сети записи своих телепрограмм. Однако на данном этапе развития приращение аудитории через просмотры в интернете не компенсирует потери прямых эфирных просмотров – ушедшие телезрители растворяются в многомиллионном пространстве вебресурсов. Об этом, в частности, свидетельствуют результаты экспериментального проекта компании «Медиаскоп», который называется «Big TV Rating». В нем измеряется величина аудитории как непосредственного эфирного телесмотрения, которое теперь часто называют линейным, так и нелинейного обращения к телепрограммам в виде отсроченных просмотров в интернете в течение не более трех дней с момента трансляции. Выборка – 13500 человек в 76 городах России [36]. Учитываются все интернет-ресурсы каждого обследуемого канала, на которых ведется прямая трансляция и выкладываются записи телепрограмм. В момент написания статьи в эксперименте принимали участие 10 телеканалов, включая такие, как «Матч ТВ», «Первый канал», «Пятница», «Россия 24», «ТВ-3», «ТНТ» и др. Оказалось, что в течение 2020 года доля общего (не только ночного) времени просмотра в онлайн-режиме по всей выборке относительно совокупного времени просмотра (эфир+онлайн) составила всего лишь 0,05% – величина незначительная. Так что по факту пока телесмотрение в

России остается традиционным, линейным. А умозаключения о его скорой смерти оказались сильно преувеличенными.

ЛИТЕРАТУРА

1. Gordon M. Report on a Survey by the Coventry University Tutorial Class in Psychology on "The Adolescent and Television". Coventry: Coventry Tutorial Class in Psychology, 1952. 16 p.

2. Gordon M. Television and the Family: A report on a second survey by the Coventry University Tutorial Class in Psychology. Coventry: Coventry Tutorial Class in Psychology, 1953. 21 p.

3. Хмара Г.И. Место телевидения в системе массовых коммуникаций. М.: Комитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР, 1966. 51 с.

4. Методологические проблемы исследования массовой коммуникации: материалы встречи социологов. Кяряку, 1966 / гл. ред. Ю.В. Вооглайд. Тарту: Тартуский гос. ун-т, 1967. 213 с.

5. Ценностные ориентации личности и массовая коммуникация. Кяряку, 1967 / гл. ред. Ю.В. Вооглайд. Тарту: Тартуский гос. ун-т, 1968. 2010 с.

6. Фирсов Б.М. Ваше мнение о телевидении. М.: Комитет по Радиовещанию и Телевидению при Совете Министров СССР, 1969. 214 с.

7. Батыршин Р.И., Шариков А.В. Развитие представлений о факторах, определяющих рейтинги телепередач // Медиаскоп. 2016. № 4. URL: <http://www.mediascore.ru/2239> (дата обращения: 20.06.2021).

8. Исследования телевизионной аудитории: теория и практика: материалы семинара для социологов телекомпаний / под общ.ред. А.В. Шарикова и О.Е. Ермолаевой. М.: Национальная ассоциация телевещателей, 1997. 78 с.

9. Коломиец В.П., Полуэхтова И.А. Российское телевидение: индустрия и бизнес. М.: Видео интернешнл, 2010. 299 с.

10. Телерекламный бизнес: информационно-аналитическое обеспечение / [В.П. Коломиец, И.А. Полуэхтова, С.А. Васильев и др.]. - М.: Изд-во Междунар. института рекламы, 2001. 391 с.

11. Назаров М.М. Измерения аудитории ТВ в современной мультиэкранной среде (практики зарубежных рынков) / Аналитический центр Vi. М.: НИПКЦ Восход-А, 2015. 227 с.

12. Ковалёв П.А. Российская телевизионная аудитория. М.: Изд-во Национального института бизнеса, 2007. 205 с.

13. Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика / Аналитический центр Vi. М.: НИПКЦ Восход-А, 2014. 325 с.

14. Полуэхтова И.А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения. М.: Видео Интернешнл, 2010. 303 с.
15. Шариков А.В. Ритмы городской телеаудитории России. М.: ВГТРК, 1997. 79 с.
16. Мухина А.С. Влияние пандемии COVID-19 на медиапотребление в России // Диалог майских конференций–2021: сборник трудов конференций. Красноярск: Издательство Сибирского федерального университета. 2021. С. 186–193.
17. Нашикян Е.Е. «Стареющий» зритель современного российского телевидения // Человек и культура. 2021. № 3. С. 96–110. DOI: <https://doi.org/10.25136/2409-8744.2021.3.29475>.
18. Полуэхтова И.А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения // Знание. Понимание. Умение. 2018. № 4. С. 71–82. DOI: <https://doi.org/10.17805/ZPU.2018.4.7>.
19. Шариков А.В. Трансляции и просмотры художественных фильмов на российском телевидении: тенденции 2018–2019 гг. // Наука телевидения. 2020. Т. 16. № 1. С. 81–160. DOI: <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2020-16.1-81-160>.
20. Шестерина А.М. Трансформация информационного поведения современной телевизионной аудитории // Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа / Е.А. Зверева, О.В. Пинчук, В.И. Сапунов, А.М. Шестерина; под общ. ред. А.М. Шестериной. Воронеж : Кварта : Воронежский гос. ун-т, 2018. С. 124–169.
21. Юсупова К.О. Исследование наличия конкуренции между российскими телевизионными каналами и интернет-сайтами на основе количественного анализа их пользовательской аудитории // Международный студенческий научный вестник. 2018. № 3–1. С. 140–144.
22. Панель Mediascope в 2021 году. М.: Медиаскоп, 2021. 4 с.
23. Hutchinson T.H. Here is television, your window to the world. New York: Hastings house, 1950. 368 p.
24. Coombs C.I. Window on the world; the story of television production. Cleveland: World Pub. Co., 1965. 125 p.
25. Окно, распахнутое в мир: современное телевидение / сост. Л.С. Самохвалова. М.: Книга, 1975. 14 с.
26. Маклюэн М., Фиоре К. Война и мир в глобальной деревне / пер. с англ. И. Летберга. М.: АСТ: Астрель, 2011. 219 с.
27. Black P. The mirror in the corner: People's Television. London: Hutchinson and Co. Ltd, 1972. 232 p.
28. The Media mirror: a study guide on Christian values and television / ed. by R. Beaubien, J. Felker, D. Innes. 4 v. Washington, D.C.: United States Catholic Conference, 1984.

29. Зеркало больших свершений: страницы истории молдавского телевидения / Лозан С.И., Бусуйок И.В., Бербекару Г.А. и др. Кишинев: Картя молдовеняскэ, 1983. 151 с.

30. Луков В.А., Луков М.В., Луков А.В. Телевидение и культура происходящего // Тезаурусный анализ мировой культуры: сб. научных трудов / под общ. ред. В.А. Лукова. М.: Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2006. Вып. 8. С. 45–71.

31. Schilling J. von. *The magic window: American television, 1939-1953*. New York: Haworth Press, 2003. 233 p.

32. Bowman J. *Window and mirror: RTÉ television: 1961-2011*. Doughcloyne, Wilton, Cork: The Collins Press, 2011. 252 p.

33. Малахов А.Н. О чем говорят... по ту сторону экрана. М.: ЭКСМО, 2015. 572 с.

34. Lowson D., Watts A. *How the Weather Affects Television Viewing* // *Admap*, January 1989. P. 25–32.

35. Численность мужчин и женщин // Сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). 2021. 02 июля. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 05.08.2021).

36. Big TV Rating // Медиаскоп: сайт. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/b39/Mediascope_Big%20Tv.pdf (дата обращения: 07.08.2021).

REFERENCES

1. Gordon M. *Report on a survey by the Coventry University Tutorial Class in Psychology on "The Adolescent and Television"*. Coventry: Coventry Tutorial Class in Psychology, 1952. 16 p.

2. Gordon M. *Television and the family: A report on a second survey by the Coventry University Tutorial Class in Psychology*. Coventry: Coventry Tutorial Class in Psychology, 1953. 21 p.

3. Khmara G.I. *Mesto televideniya v sisteme massovykh kommunikatsiy* [The place of television in the mass communication system]. Moscow: Committee on Radio and Television under the Council of Ministers of the USSR, 1966. 51 p.

4. Vooglaid Ü. (Ed.). *Metodologicheskie problemy issledovaniya massovoy kommunikatsii: Materialy vstrechi sotsiologov, Kyayariku, 1966* [Methodological problems of mass communication research: Proceedings of the Kääriku Sociological Conference, 1966]. Tartu: Tartu State University, 1967. 213 p.

5. Vooglaid Ü. (Ed.). *Tsenostnye orientatsii lichnosti i massovaya kommunikatsiya: Materialy vstrechi sotsiologov, Kyayariku, 1967* [Value orientations and mass communication: Proceedings of the Kääriku Sociological Conference, 1967]. Tartu: Tartu State University, 1968. 2010 p.

6. Firsov B.M. *Vashe mnenie o televidenii* [Your opinion on the television]. Moscow: Committee on Radio and Television under the Council of Ministers of the USSR, 1969. 214 p.
7. Batyrshin R.I., & Sharikov A.V. Razvitie predstavleniy o faktorakh, opredelyayushchikh reytingi teleperedach [Development of ideas about factors determining TV programs rating]. *Mediascope*. 2016. (4). <http://www.mediascope.ru/2239> (accessed 20.06.2021)
8. Sharikov A.V., & Ermolaeva O.E. (Eds.). *Issledovaniya televizionnoy auditorii: Teoriya i praktika* [Television audience research: Theory and practice]. Moscow: National Association of Broadcasters, 1997. 78 p.
9. Kolomiets V.P., & Poluekhтова I.A. (Eds.) *Rossiyskoe televidenie: Industriya i biznes* [Russian television: Industry and business]. Moscow: Video International, 2010. 299 p.
10. Kolomiets V.P. (Ed.). *Telereklamnyy biznes: Informatsionno-analiticheskoe obespechenie* [TV advertising business: Information and analytical support]. Moscow: International Institute of Advertising, 2001. 391 p.
11. Nazarov M.M. *Izmereniya auditorii TV v sovremennoy mul'tiekrannoy srede: Praktiki zarubezhnykh rynkov* [TV audience measurements in the contemporary multi-screen environment: The practice of foreign markets]. Moscow: NIPKTs Voskhod-A, 2015. 227 p.
12. Kovalev P.A. *Rossiyskaya televizionnaya auditoriya* [Russian TV audience]. Moscow: National Institute of Business, 2007. 205 p.
13. Kolomiets V.P. (2014) *Mediasotsiologiya: teoriya i praktika* [Media sociology: Theory and practice]. Moscow: NIPKTs Voskhod-A, 2014. 325 p.
14. Poluekhтова I.A. *Sotsiokul'turnaya dinamika rossiyskoy auditorii televideniya* [Socio-cultural dynamics of the Russian TV audience]. Moscow: Video International, 2010. 303 p.
15. Sharikov A.V. *Ritmy gorodskoy teleauditorii Rossii* [Rhythms of the urban TV audience in Russia]. Moscow: VGTRK, 1997. 79 p.
16. Mukhina A.S. Vliyanie pandemii COVID-19 na mediapotreblenie v Rossii [Impact of the COVID-19 pandemic on media consumption in Russia]. In I.S. Bagdasar'yan, M.V. Gornyakova (Eds.), *Diada mayskikh konferentsiy–2021: Sbornik trudov konferentsiy* [Dyad of May Conferences-2021: Proceedings of the Conferences] (pp. 186–193). Krasnoyarsk: Siberian Federal University. 2021.
17. Nashikyan E.E. "Stareyushchiy" zritel' sovremenno go rossiyskogo televideniya ["Aging" viewer of modern Russian television]. *Man and Culture*. 2021. (3), pp. 96–110. <https://doi.org/10.25136/2409-8744.2021.3.29475>
18. Poluekhтова I.A. Sotsiokul'turnye efekty mediatizatsii televideniya [Sociocultural effects of the mediatization of television]. *Knowledge, Understanding, Skill*. 2018. (4), pp. 71–82. <https://doi.org/10.17805/ZPU.2018.4.7>

19. Sharikov A.V. Translyatsii i prosmotry khudozhestvennykh fil'mov na rossiyskom televidenii: Tendentsii 2018–2019 gg. [Broadcasting and views of feature films on Russian television: Trends of 2018–2019]. *The Art and Science of Television*. 2020. 16 (1), pp. 81–160. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2020-16.1-81-160>

20. Shesterina, A. M. Transformatsiya informatsionnogo povedeniya sovremennoy televizionnoy auditorii [Transformation of information behavior of a modern audience]. In A. M. Shesterina (Ed.), *Osobennosti funktsionirovaniya sovremennykh audiovizual'nykh media* [Features of the functioning of modern audiovisual media] (pp. 124–169). Voronezh: Kvarta: Voronezh State University, 2018.

21. Yusupova K.O. Issledovanie nalichiya konkurentsii mezhdru rossiyskimi televizionnymi kanalami i internet-saytami na osnove kolichestvennogo analiza ikh pol'zovatel'skoy auditoria [Investigation of competition between Russian television channels and Internet sites based on quantitative analysis of their user audience]. In Bizenkova M.N. (Ed.), *Mezhdunarodnyy studencheskiy nauchnyy vestnik*. 2018. (3, Part 1), pp. 140–144.

22. Mediascope. *Panel' Mediascope v 2021 godu* [Mediascope panel in 2021]. Moscow: Mediascope, 2021. 4 p.

23. Hutchinson T.H. *Here is television, your window to the world*. New York: Hastings House, 1950. 368 p.

24. Coombs C.I. *Window on the world; the story of television production*. Cleveland: World Pub. Co., 1965. 125 p.

25. Samokhvalova L.S. (Ed.). *Okno, raspakhnutoe v mir: Sovremennoe televidenie* [A window open to the world: Modern television]. Moscow: Kniga, 1975. 14 p.

26. McLuhan M., & Fiore Q. *Voyna i mir v global'noy derevne* [War and peace in the global village] (I. Letberg, Trans). Moscow: AST: Astrel, 2011. 219 p. (Original book published 1968.)

27. Black P. *The mirror in the corner: People's television*. London: Hutchinson and Co. Ltd, 1972. 232 p.

28. Beaubien R., Felker J., & Innes D. (Eds.). *The Media mirror: A study guide on Christian values and television*. Washington, D.C.: United States Catholic Conference, 1984.

29. Lozan S.I. (Ed.). *Zerkalo bol'shikh sversheniy: Stranitsy istorii moldavskogo televideniya* [The mirror of great achievements: The history of Moldovan television]. Chisinau: Kartya moldovenyashke, 1983. 151 p.

30. Lukov V.A., Lukov M.V., & Lukov A.V. Televidenie i kul'tura proiskhodyashchego [Television and the culture of the occurring]. In V.A. Lukov (Ed.), *Tezaurusnyy analiz mirovoy kul'tury: Sbornik nauchnykh trudov* [Thesaurus analysis of world culture: A collection of scientific works]. Moscow: Moscow University for the Humanities, 2006. (8), pp. 45–71.

31. Schilling J. von. *The magic window: American television, 1939–1953*. New York: Haworth Press, 2003. 233 p.
32. Bowman J. *Window and mirror: RTE television, 1961–2011*. Doughcloyne, Wilton, Cork: The Collins Press, 2011. 252 p.
33. Malakhov A.N. *O chem govoryat... po tu storonu ekrana* [What are they saying... On the other side of the screen]. Moscow: EKSMO, 2015. 572 p.
34. Lowson D., Watts A. *How the weather affects television viewing*. *AdMap*. January 1989, pp. 25–32.
35. Federal State Statistics Service. *Chislennost' muzhchin i zhenshchin* [The number of men and women]. 2021. July 2. <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (accessed 05.08.2021)
36. Mediascope. *Big TV Rating*. https://mediascope.net/upload/iblock/b39/Mediascope_Big%20Tv.pdf (accessed 07.08.2021)