

Релити - шоу «Дом-2» в восприятии людей с различными социально-психологическими характеристиками

Научный руководитель – Залесская Светлана Николаевна

Матвеева Анастасия Дмитриевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

E-mail: anmatveeva16@mail.ru

Данная исследовательская работа нацелена на изучение восприятия телепроекта «Дом-2» зрителями с различными социально - психологическими характеристиками. На сегодняшний день, изучению аудитории посвящено наибольшее количество социально-психологических исследований СМИ. Основная масса подобных исследований затрагивает выявление мотивов и причин обращения аудитории к различным каналам и контентам. Именно благодаря мотивам можно узнать предпочтения аудитории в потреблении различных СМИ. Теоретическую базу исследования составили работы известных отечественных исследователей : Г.М Андреевой [1], Л. В Матвеевой [2], О.Т Мельниковой [3], И.А Полуэхтовой [4], Е.Е Прониной [5], Н.Б Шкопорова [6], а методологическую - шкала Д. Рассела и М.Фергюсона, направленная на выявление субъективного ощущение одиночества, а также тест-опросник индекса жизненной удовлетворенности (ИЖУ) (адаптация Н.В. Паниной).

Для получения данных о социально-психологических характеристиках активных зрителей телепроекта «Дом-2», нами была исследована выборка, в которой приняли участие 15 испытуемых, представляющих три возрастные группы : от 18 - 25, от 30 - 45 и от 55 лет и старше.

Помимо изучения индивидуальных характеристик респондентов, нами также была создана анкета, позволяющая выявить особенности восприятия и мотивы обращения к просмотру телепроекта «Дом-2».

Полученные результаты подтверждают выдвинутые нами гипотезы о том, что индивидуальные социально - психологические особенности могут влиять на восприятие телепроекта «Дом-2». Исследуемая аудитория телепроекта воспринимает реалити-шоу через призму своих собственных чувств, знаний и переживаний. У респондентов с низким и средним индексом жизненной удовлетворенности мотив ухода от реальности во время просмотра телепроекта встречается чаще, чем у людей, которые полностью удовлетворены своей жизнью. Респонденты, имеющие низкий индекс жизненной удовлетворенности воспринимают проект, как место, где ему бы жилось еще хуже. Следовательно, люди неудовлетворенные своей жизнью во время просмотра телепроекта забывают о собственных проблемах и начинают больше ценить те условия жизни, в которых они находятся. Респонденты с низким индексом жизненной удовлетворенности часто недовольны отсутствием определенных эмоций в их жизни, поэтому обращение к просмотру телепроекта восполняет те ощущения, которых им порой не хватает.

У людей с высоким индексом жизненной удовлетворенности, в отличие от респондентов с низкими показателями, просмотр телепроекта часто совершается в «фоновом режиме», в то время, как люди неудовлетворенные своей жизнью уделяют просмотру все свое свободное время, полноценно и активно следя за своими любимыми героями, переживая за них.

Мы проверили еще одну гипотезу, заключающуюся в том, что мотивы обращения к просмотру реалити-шоу «Дом-2» могут отличаться у разных возрастных категорий. Одна из основных причин просмотра реалити-шоу у людей в пенсионном возрасте - высокий уровень одиночества. Большинство респондентов из этой возрастной категории утверждают, что во время просмотра у них поднимается настроение и они забывают, пускай и ненадолго, о своих невзгодах жизни. Студентов и молодых работников с низким уровнем одиночества интересуют скандалы и конфликты, а также рассматривание самого проекта, как феномена телевидения. Мотив наблюдения за чужой жизнью встречается у большинства опрошенных, вне зависимости от их социально-психологических характеристик. Элемент «подглядывания» за чужой жизнью, за чужими конфликтами и интригами привлекает практически всех респондентов. Таким образом, мотивы обращения к просмотру по данной выборке преимущественно схожи - людям нравится наблюдать за проблемами участников реалити-шоу и получать те эмоции, которых им не хватает в своей жизни.

Примечательно, что большинство из опрошенных респондентов вне зависимости от социально-психологических характеристик не стремятся лишней раз рассказывать окружающим о том, что они смотрят телепроект «Дом-2». Молодые люди боятся осуждения и плохого мнения со стороны сверстников и родителей, люди среднего и пенсионного возраста боятся быть непонятыми и осужденными со стороны семьи. Таким образом, результаты нашего исследования позволяют сделать вывод, что люди различных возрастов с неодинаковыми социально-психологическими характеристиками по-разному воспринимают и оценивают реалити-шоу «Дом-2».

В перспективах, для дальнейшего исследования мы вновь обратимся к результатам теста-опросника на выявление индекса жизненной удовлетворенности (ИЖУ), но исследовать будем полученные результаты по восьми шкалам, которые позволят более детально рассмотреть социально-психологические характеристики каждого исследуемого респондента, обращающегося к просмотру реалити-шоу «Дом-2». Анализ следующих данных поможет представить полную картину о том, какие люди и с какими особенностями смотрят телепроект сегодня.

Источники и литература

- 1) Андреева Г.М. Социальная психология. М, 1988
- 2) Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В.. Психология телевизионной коммуникации – М.: Изд-во «РИП – холдинг», 2004
- 3) Мельникова О.Т Психологические и социологические аспекты функционирования телевидения в современном западном обществе // Личность и социальная среда: идеологические и психологические аспекты общения. М., 1987
- 4) Полуэхтова И.А Телевидение глазами телезрителей / Аналитический центр «Видео Интернешнл»; Под М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2012
- 5) Пронина Е.Е Категориальная структура восприятия телевизионных передач. Автореф. Канд. Дисс. М., 1987
- 6) Шкопоров Н.Б. Связь с аудиторией телекоммуникации. Учебное пособие, Ч.2, М., 1991.