**Формирование видеорынка в России и изучение вкуса видеолюбителей “**

Социологическое исследование разработанл студентами гр. 3АЭ Макаровым М, Васильевым К., Бибиным И.

МАДИ (ТУ)

Кафедра социологии

МОСКВА 1995 г.

Сегодня видео начинает прочно входить в нашу повседневную жизнь . Армия российских видеолюбителей насчитывает несколько десяток миллионов человек .Это пожалуй самая многочисленная в стране неформальная группа .Если рассматривать такие крупные города как Москва , Санкт-Петербург , Екатеренбург и т.д. То уже можно говорить и о сформировавшемся рынке видеопродукции . А в последнее время к любителям добавился мощный корпус профессионалов , взявшихся одни за прокат другие за производство оригинальной продукции другие занимаются продажей . Но с такими благоприятными переменами растет также острота проблем в этой сфере . Главным образом такие как засилье западного ширпотреба и полное нарушение авторских прав производителей которые не получают ничего от многотиражного“подпольного“ производства которые зачастую не отвечают тем требования которые предъявляются к видеопродукции во всем мире.Решение этих проблем встречают в нашей стране многочисленные трудности. Данная программа разработана в целях помочь сформировать их решение .Данная программа является лишь учебной и сделана не компетентными специалистами , то она вряд ли окажется продуктивной . Но все же мы надеемся что внесем посильный вклад в формирование цивилизованного рынка качественной видеопродукции .

**Проблема исследования :**

Проблема формирования видеорынка в России и изучение вкуса российских слушателей .

**Цели исследования :**

Изучение основных тенденций и предпосылок развития видеорынка в нашей стране .

Разработка конкретных рекомендаций по учету мнений слушателей и производителей для принятия законодательства о прокате и тиражировании кино , видео и аудио материалов .

Изучение спроса и пожеланий российских видеолюбителей

**Задачи исследования :**

Оценка значимости информирования потребителей видео продукции о нововведениях в этой сфере .

Изучение отношений , ожиданий и оценки различных категорий российских видеолюбителей к правовому регулиро-ванию в этой сфере .

Определение наиболее приемлемых форм проката и тиражирования видео продукции , с учетом прав производителей .

Формулировка по итогам исследования , рекомендаций для принятия соответствующих мер , с учетом всестороннего рассмотрения всех видов деятельности на видеорынке .

**Объект исследования :**

Объектом данного исследования являются потребители видеорынка т.е весь многочисленный класс видеолюбителей различных вкусов , взглядов , возрастов и национальностей.

**Единица исследования :**

Единицами исследования являются все категории видеолюбителей от дошкольника , приходящего в восторг от вида кровавых боев на экране , до престарелых пенсионерок проливающих слезы над различными перипетиями многочисленных любовных мелодрам .

**Предмет исследования :**

Изучение основных тенденции и закономерностей поведения граждан в процессе реформы и преобразование на рынке видеопродукции .

Гипотезы :

Низкий уровень информированности позволяет заваливать отечественный видеорынок низкопробной продукцией .

Резко стоит проблема культуры и вкуса российских видеоманов .

В большинстве случаев видеолюбители охотно приветствуют любые реформы в сфере видео но они едва ли осознают возможные обострения , т.к принятия законодательства поведет за собой необходимость в создании соответсвую- щих структур для контроля за его соблюдением .

|  |  |
| --- | --- |
| Тип вопроса |  |
| о фактах |  |
| мнениях | 4,5,6,7,8,9,10 |
| о личности | 1,2,3 |
| По форме |  |
| полностью закр. | 2,3,4,6,7,9,10 |
| полузакрытые | 1,5 |
| открытые | 8,11 |
| прямые | все являются прямыми |
| косвенные |  |
| личные | все вопросы |
| безличные |  |
| По функции |  |
| основные | 4,5,8,9,11 |
| неосновные | 1,2,3,6,10 |
| фильтры | 8 |
| контрольные | 3,7,11 |
| вводные | 1,2 |
| Вид шкалы |  |
| Неупорядочная,альтернативная шкала наименований | 1,3,4,6,9,10 |
| Неупорядочная,неальтернивная шкала наименований | 5 |
| Идеальная метрическая | 2, 11 |

Инструментарий данного исследования является “ Анкета для изучение мнения видеолюбителей и специалистов о возможных методах видоизменений и нововведений в кино и

видео .” Разработанная программа изучает отношение граждан к данной проблеме .

Разработанная программа может быть использована на самых различных уровнях ( в большей степени территориальных ) : район , город , область , страна . На небольших территориальных уровнях данная программа может применятся местными телестанциями и студиями кабельного телевидения для повышения рейтинга популярности.А в больших масштабах (страна ) эта программа способствовала бы созданию законодательства . Как правило правительство страны и администрация города располагают кадрами социологов и специалистов в любой области и могут сами провести требуемое им исследование . Студии кабельного телевидения и небольшии телевизионные компании в большей степени испытывают потребность в изучении спроса на рынке видеопродукции и они же заинтересованны в введении законадательств в этой сфере для приобретения лучших новинок высокого качества .

Модели перехода от генеральной совокупности к выборочной различны для рядовых граждан , видеокритиков , и работников в сфере проката . На уровне района наиболее целесообразно реализовать комбинированную структуру отбора. Наиболее оптимальным вариантом проведения социологического исследования является реализация разработанной програмы соответствующей службой . При отсутсвии таких возможностей , в студии кабельного телевидения (телекомпании) создается исследовательская группа из наиболее целеустремленных и инициативных работников . Разработанная программа позволяет осуществить сбор первичной информации как методами группового или индивидуального анкетированния , так и методами стандартизированного интервью .

Процедура опроса по анкете имеет свою специфику в зависимости от категорий респондентов . Например для изучения вкусов и интересов школьников нет необходимости задавать им вопросы о правовом регулировании . Опрос критиков , законодателей и различного рода распространителей лучше проводить методами стандартизированного интервью , т.к это наиболее малочисленная категория респондентов . Чтобы узнать интересы основной части населения целесообразно провести анкетный опрос .

Заполнить анкету можно попросить респондентов либо на рабочем месте , либо прийдя к нему домой . Завершив сбор первичной информации по анкете , исследовательская группа продолжает свою деятельность , занимаясь обработкой и анализом данных , выработкой итоговых выводов и рекомендаций и их практической реализацией

1 Ваше социальное положение ?

001 рабочий

002 служащий

003 предприниматель

004 учащийся

005 домохозяйка

006 пенсионер

007 военнослужащий

008 другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2 Ваш возраст ?

009. 9 до 15 лет

010. 16 - 20 лет

011. 21 - 30 лет

012. 31 -40 лет

013. старше 41 лет

3 К какой категории видеолюбителей вы относитесь ?

014. Имею собственный видеомагнитофон

015. Смотрю у друзей или знакомых

016. Посещаю видеосалоны и кинотеатры

017. Работаю в сфере киновидеопроката и производства

018. Ни к какой

**Анкета**

Дорогой зритель !

В вашем районе формируется новая студия кабельного телевидения . Мнения высказанное вами по сформулированным в анкете вопросам . Ваши пожелания и предложения позволяет сделать программу нашей студии более увлекательной с учетом интересов жителей нашего района .

При заполнении анкеты вам надо внимательно прочитать каждый вопрос и обвести шифр выбранного вами ответа или записать свой ответ в специально указанном месте . Надеемся на ваши искренние ответы от которых зависит обоснованность наших рекомендаций по формированию кабельного телевидения в вашем районе .

4 Каким фильмам отдаете предпочтение ?

019. Отечественного производства

020. Зарубежным

021. И тем и другим

5 Какой жанр считаете наиболее интересным для себя ?

022. Киноклассика

023. Исторические фильмы

024. Мелодрама

025. Комедия

026. Приключения

027. Детективы

028. Триппер

029. Боевик

030. Ужасы

031. Фантастика

032. другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6 Как вы относитесь к “ пиратскому видеообмену зарубежными фильмами ?

033. Считаю идеологически вредным , опасным для общества явлением

034. Считаю единственной возможностью приобщения к зарубежному кинематографу

035. Предпочел бы легальный видеообмен , если бы он существовал.

7 Ваше мнение о состоянии правового регулирования деятельности с данной сфере ?

036. Плохо знаком с состоянием правового регулирования этого вопроса.

037. Считаю что деятельность в сфере видео достаточна хо рошо представлена в нашем законодательстве

038. Считаю что в нашей стране в данной области полный беспредел .

8 Какие проблемы в развитии российского кино , видеорынка

относите к основным ?

039. Расширение сети общественных видеосалонов

040. Насыщение репертуара .

041. Борьба с видеопиратством

042. Борьба с волной насилия захлестнувшей экран

9 Из каких источников вы черпаете информацию о новинках кино,видеопродукции

043. Радио и телевидение

044. Пресса

045. От знакомых

046. Где то что-то слышал (слухи)

10 Знаете ли вы о существование в вашем районе кабельного телевидения ?

047. Да знаю

048. Первый раз об этом слышу

11 Какое время было бы для вас удобно для просмотра наших передач ?

049. с 9 до 13

050. с14 до 18

051. с 19 до 22

052. после 23

12 Какие по вашему дни должны быть особо насыщены развлекательными программами ?

053. Воскресные и праздничные дни

054. Будни

055. Все в равной степени

13 Ваши пожелания и рекомендации нашему каналу :

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

( 056 , 057, 058 , 059 , 060 , 061 )

Спасибо вам за откровенные и обстоятельные ответы .

|  |  |
| --- | --- |
| Номер вопроса | Диапазон шифров вариантов  ответов |
| 1 | 001 , ... ,008 |
| 2 | 009 . ... , 013 |
| 3 | 014 ,... , 018 |
| 4 | 019 , ... , 021 |
| 5 | 022 , ... , 032 |
| 6 | 033 , ... , 035 |
| 7 | 036 , ... , 038 |
| 8 | 039 , ... , 042 |
| 9 | 043 , ... , 046 |
| 10 | 047 , ... , 048 |
| 11 | 049 , ... , 052 |
| 12 | 053 , ... , 055 |
| 13 | 056 , ... , 061 |